



Comportamento do Consumidor Digital

O caso do *e-learning* nas licenciaturas do ensino superior português.

Sara Minallah Pais Mamede

**Dissertação de Mestrado
Mestrado em Marketing Digital**

Porto – 2014

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**



Comportamento do Consumidor Digital

O caso do *e-learning* nas licenciaturas do ensino superior português

Sara Minallah Pais Mamede

**Dissertação de Mestrado
apresentado ao Instituto de Contabilidade e Administração do Porto para a
obtenção do grau de Mestre em Marketing Digital, sob orientação do
professor Doutor Manuel Silva**

Porto – 2014

INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO

Resumo

O estudo do comportamento do consumidor no ensino superior revela-se cada vez mais imprescindível, uma vez que cede às instituições algumas soluções que podem permitir-lhes aumentar a competitividade em relação à concorrência.

De facto, em qualquer ramo de atividade é extremamente importante compreender o consumidor e abraçar uma clara perceção do que este procura e dos elementos que influenciam o seu comportamento. Só assim é possível que um negócio tenha os meios necessários para responder ao consumidor e crescer e aumentar a sua competitividade.

O recurso às novas tecnologias assume-se, também, como um fator relevante para a credibilidade de todos os ramos, devido à sua constante evolução e aos benefícios que apresentam para cada um de nós e para qualquer serviço. O ensino não é exceção.

Partindo destas perspetivas, o presente estudo centra-se na análise do comportamento do consumidor relativamente ao *e-learning* no ensino superior português.

As novas tecnologias têm ganho uma importância crescente nas instituições de ensino superior, sendo que estas têm de se empenhar continuamente na procura de uma adaptação às novas metodologias e ambientes de ensino em consonância com necessidades e expectativas dos seus consumidores - os alunos – os quais assumem um papel central nos processos de inovação e desenvolvimento do processo de ensino/aprendizagem e, consequentemente, na formação e serviços oferecidos por aquelas instituições.

Assim, é procurado esclarecer se o *e-learning*, através das suas características, poderá atrair mais alunos para o ensino superior e se as instituições de ensino devem ministrar os seus cursos nesse regime, levando a cabo, para o efeito, um questionário junto do público-alvo potencialmente consumidor a par com uma análise quantitativa dos dados obtidos.

É, também, um propósito central verificar se o consumidor estará disposto a aceitar participar em cursos em regime de *e-learning* num futuro próximo bem como avaliar o seu comportamento relativamente à aceitação deste modelo de ensino no momento atual. Este trabalho pretende, assim, averiguar as tendências de implementação e adesão ao *e-learning* no

ensino superior português bem como as vantagens/desvantagens desta prática para o consumidor.

Palavras chave: comportamento do consumidor, *e-learning*, licenciatura, ensino superior.

Abstract

The study of the consumer behavior in higher education seems to be increasingly vital as it gives institutions some solutions that may allow them to increase their competitiveness.

In fact, understanding the consumer point of view is extremely important in any industry in order to embrace a clear perception of this demand and the elements that influence their behavior. Only then it is possible that a business has the necessary means to respond, grow and increase its competitiveness.

The use of new technologies, in the same way, is assumed as relevant to the credibility of all business segments, due to its progressive evolution and the benefits that they present for us and to any service. Teaching is no exception.

Based on these perspectives, this study focuses on the analysis of consumer behavior in relation to *e-learning* in portuguese higher education.

New technologies have reached such an importance in higher education institutions that they must have a progressive commitment in researches about an adaptation to new learning environments and methodologies consistent with the needs and expectations of its customers - the students - that take a central role in the processes of innovation and development of the teaching / learning process and, consequently, training and services offered by those institutions.

Thus, there is an attempt to clarify through the characteristics of *e-learning*, results in attract more students for higher education and if educational institutions should teach their courses in this regime, doing, for the purpose, a questionnaire with the potential audience consumer along with a quantitative analysis of the data obtained.

It is also a central purpose verify whether consumers will be willing to agree to participate in courses as *e-learning* in the near future as well as to evaluate its behavior in relation to acceptance of this teaching model at the current time. This study thus seeks to ascertain the trends of implementation and adherence to *e-learning* in Portuguese higher education and the advantages / disadvantages of this practice related to the consumer.

Key words: consumer behavior, *e-learning* degree, higher education

Dedicatória

Para a minha irmã.

Agradecimentos

Sem querer esquecer alguém, quero agradecer este trabalho às pessoas que assistiram de perto a esta nova etapa da minha vida e que, de algum modo, contribuíram para que eu a concretizasse com sucesso.

À minha **mãe**, aos meus **irmãos** e aos meus **avós**, não só pelo amor que me transmitem a cada dia, mas também por todo o sacrifício, encorajamento, apoio e disponibilidade que me permitiram chegar até aqui!

Aos **professores do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto**, pela sabedoria, apoio e experiências que me confiaram!

Ao meu **orientador**, o Professor Doutor Manuel Silva, que desde o início foi um alicerce fundamental para o aumento das minhas aprendizagens, tanto a nível académico como a nível pessoal e de quem devo realçar com especial atenção a prestimosa colaboração e dedicação com que me apoiou e incentivou ao longo destes meses dedicados à dissertação, mas principalmente por estimular o meu interesse pelo conhecimento!

A todos os que me acompanharam nesta jornada o meu agradecimento!

Índice

Resumo	iii
Abstract	iv
Dedicatória	vi
Agradecimentos	vii
Índice de tabelas	ix
Índice de figuras	x
Índice de gráficos	xi
Capítulo I - Introdução	1
Capítulo II – O <i>e-learning</i> no ensino superior português	10
2.1 Sobre o <i>e-learning</i>	11
2.2 Sobre o <i>b-learning</i>	16
2.3 Sobre o <i>m-learning</i>	19
2.4 Papel e desafios para o professor	22
2.5 Comportamento do consumidor digital	25
2.6 Desafio para os alunos	32
2.7 Relação entre o comportamento do consumidor <i>online</i> e o aluno no <i>e-learning</i>	36
2.8 O <i>e-learning</i> no ensino superior português	38
2.8.1 Perspetivas futuras do <i>e-learning</i>	42
Capítulo III - Metodologia	44
3.1 Identificação e justificação da metodologia de estudo	45
3.1.1 Objetivos	46
3.1.2 Amostra	47
3.1.3 Caracterização da amostra	48
Capítulo IV – Tratamento e análise de dados	51
Capítulo V – Conclusão	67
Referências Bibliográficas	70
Apêndices	77

Índice de tabelas

Tabela 1 - Vantagens e desvantagens do <i>e-learning</i>	14
Tabela 2 - Vantagens e desvantagens do <i>b-learning</i>	18
Tabela 3 - Vantagens e desvantagens do <i>m-learning</i>	21
Tabela 4 - Funções e competências do tutor <i>online</i>	25
Tabela 5 - Técnicas de instrução centradas no aluno para os ajudar na aprendizagem virtual	36
Tabela 6 - Razões para optar por uma licenciatura em <i>e-learning</i>	56
Tabela 7 - Relação entre a idade e a disponibilidade a frequentar um curso em <i>e-learning</i> no futuro	69
Tabela 8 - Significância estatística da variável “idade” relacionada com a disponibilidade a frequentar um curso <i>e-learning</i> no futuro	69
Tabela 9 - Significância estatística da variável “idade” relacionada com a variável “qual a modalidade de ensino que prefere?”	70

Índice de figuras

Figura 1- Componentes de um sistema de ensino a distância.....	4
Figura 2 - “Representação visual dos principais desafios associados à adoção de práticas sistemáticas de <i>e-learning</i> por instituições de educação/formação tipicamente presenciais.”.....	6
Figura 3 - “Algumas aceções do “e” de <i>e-learning</i> ”.....	12
Figura 4 - “Modalidades de aprendizagem no <i>b-learning</i> ”.....	17
Figura 5 - Evolução do modelo de ensino a distância.....	20
Figura 6 - A mudança do consumidor.....	27
Figura 7 - O novo consumidor.....	28
Figura 8 - Esquema assente sobre um marketing digital interativo.....	32
Figura 9 - Competências digitais do estudante.....	35

Índice de gráficos

Gráfico 1 - Percentagem de idades da amostra.....	50
Gráfico 2 - Disponibilidade para frequentar um curso em <i>e-learning</i>	55
Gráfico 3 - Adequabilidade do <i>e-elearning</i> às Ciências Naturais.....	58
Gráfico 4 - Adequabilidade do <i>e-elearning</i> à matemática e ciências da computação.....	59
Gráfico 5 - Adequabilidade do <i>e-elearning</i> às Ciências sociais.....	59
Gráfico 6 - Adequabilidade do <i>e-elearning</i> às Ciências sociais aplicadas.....	60
Gráfico 7 - Adequabilidade do <i>e-elearning</i> às Ciências aplicadas.....	61
Gráfico 8 - Concordância relativa à preparação do ensino superior português para lecionar cursos <i>e-learning</i>	62
Gráfico 9 - Concordância relativa à possibilidade de o <i>e-learning</i> ser benéfico para os alunos.....	63
Gráfico 10 - Concordância relativa à adaptação dos principais atores do ensino ao <i>e-learning</i> em Portugal.....	64
Gráfico 11 - Concordância relativa à atração do <i>e-learning</i> por parte dos alunos ao ensino superior português.....	64
Gráfico 12 - Concordância relativamente ao <i>e-learning</i> poder reduzir o abandono do ensino superior português.....	65
Gráfico 13 - Modalidade de ensino preferida pelos consumidores.....	67
Gráfico 14 - Disponibilidade para frequentar um curso em <i>e-learning</i> no futuro.....	68

Vivemos, sobretudo nas sociedades mais evoluídas, num mundo em que o digital é indispensável. Desde a compra de produtos/serviços, passando pela leitura de informação ou pelo simples ato de lazer, já poucas pessoas dispõem o facto de poderem estar atualizadas em qualquer sítio e a qualquer hora, desde que esteja disponível o acesso à internet. O rápido avanço da tecnologia é uma realidade inultrapassável, pelo que não se pode pôr de lado esta crescente importância que tem vindo a ser cada vez mais evidente na sociedade, sendo que começa rapidamente a ser necessário “responder às necessidades inerentes a uma sociedade nova, uma sociedade de conhecimento e de aprendizagem” (Carneiro, 2004; citado por Ribeiro, 2007, p.2).

Este rápido avanço das tecnologias de informação e comunicação, bem como a evolução da internet, faz com que existam também novas possibilidades ao nível do seu uso no ensino, sobretudo do ensino superior. De facto, hoje em dia, e cada vez mais, desde cedo que os alunos têm acesso à tecnologia, pelo que é natural que num futuro próximo seja utilizada de forma mais persistente no ensino. Como tal, tendo em conta que quase tudo se processa *online*, será objeto deste estudo o comportamento do consumidor digital relativamente a cursos *online*, sendo que o enfoque recairá sobre o caso das licenciaturas *online* lecionadas no ensino superior português.

Nos últimos anos, esta questão do ensino *online* tem vindo a ser alvo de vários estudos, sendo que, a par desses estudos, têm sido feitos vários esforços no sentido da implementação de cursos deste tipo, havendo já várias universidades com cursos exclusivamente *online* e outras em regime *b-learning*, isto é, um ensino misto que congrega o ensino presencial com o ensino a distância, nomeadamente através de plataformas *online*, como é o caso do *Moodle*.

Por outro lado, quando consideramos o contexto atual e a crise que nos tem rodeado, que surge como uma causa crescente de abandono do ensino superior, a análise do recurso ao *e-learning* poderá também tornar-se interessante na medida em que poderá contribuir para apurar se a possibilidade de tirar um curso a distância constitui uma boa estratégia para alcançar o público-alvo de forma mais económica e eficaz, o que poderia resultar em vantagens tanto para os alunos como para as instituições, que poderiam ver aumentar o número de alunos e consequentemente ter um maior retorno financeiro.

O conceito de *e-learning*, que será amplamente analisado nesta dissertação, pode ser definido como “o uso de tecnologias de comunicação para criar, promover, distribuir e facilitar a

aprendizagem em qualquer lugar e em qualquer momento.” (Masie; citado por Gonçalves, 2011, p.17). De acordo com Lemos (2011, p.10), “o *e-learning* introduz uma mudança de paradigma na educação a distância, na medida em que apela a transformações cruciais nas práticas pedagógicas” e ao impulsionar e valorizar da educação constante ao longo da vida através da comunicação e interação digital. Esta forma de ensino poderá ser vantajosa principalmente para alunos que têm de mudar o seu local de residência para prosseguir os estudos, dado o seu carácter mais económico, acrescido de outros fatores como o acesso imediato à informação e a melhor gestão do tempo.

É certo que a prática do *e-learning* tem vindo a revolucionar o mundo do ensino e há cada vez mais universidades e institutos politécnicos a aderir a esta forma de ensino. Ainda que em Portugal se dê ainda primazia ao ensino presencial, em outros países, como os EUA e o Brasil, vêem-se já vários cursos de ensino superior que são lecionados exclusivamente *online*.

Como resulta de uma análise breve da literatura da área, o *e-learning* já não é percecionado como uma ameaça mas antes como um desafio. Em Portugal já se percebe uma resposta atenta à evolução das tecnologias, sendo que várias universidades e politécnicos começaram a implementar esta forma de ensino e a aumentar a sua competitividade relativamente à concorrência.

Finalmente, com a implementação do *e-learning* no ensino superior, tem vindo a ser questionado qual será o papel que irá ter o professor neste modelo de ensino. Inevitavelmente terá um papel diferente daquele que representa no ensino tradicional, mas concordamos que o sucesso desta metodologia irá centrar-se no desempenho do professor (Bishoff, 2000; Salmon 2000; citados por Morgado, 2001).

Este trabalho pretende, assim, averiguar as tendências de implementação e adesão ao *e-learning* no ensino superior português bem como as vantagens/desvantagens desta prática. Pretende-se ainda verificar o grau de aceitação do *e-learning* por parte dos alunos que se encontram atualmente a frequentar licenciaturas no ensino superior português bem como as tendências futuras e os desafios deste tipo de ensino em Portugal. Segundo Zhang, Zhao, Zhoue e Nunamaket (2007) é necessário que as instituições educacionais percebam aquele que é o fenómeno do *e-learning* de forma a criar estratégias para adotar esta metodologia, uma vez que está a tornar-se uma alternativa real à tradicional sala de estudo. As instituições do ensino superior têm, segundo Lemos (2011), de se adaptar às novas formas de perceber o mundo e

assumir novos papéis, proporcionando uma nova oferta formativa atual e inovadora. Para que o *e-learning* seja um sucesso, será necessário que esta tecnologia tenha características que tornem esta experiência agradável tanto para o aluno como para o professor, pois, se assim não for, irá atenuar o entusiasmo de ambos, dado que apesar de a tecnologia ser o motor para este tipo de ensino, é fulcral não esquecer que a educação *online* antes de ser sobre a tecnologia em si, é, sobretudo, sobre a educação, fio condutor e fim principal, pelo que é importante manter sempre o foco no aluno e nas suas necessidades (Zarrabian, 2013). Na figura 1 podemos verificar que nos vários componentes de um sistema de ensino a distância, a aprendizagem do aluno se encontra no centro, sendo que todos os restantes componentes giram em torno dessa mesma aprendizagem, o que demonstra que, de facto, o aluno e a sua aprendizagem são o cerne desta metodologia.

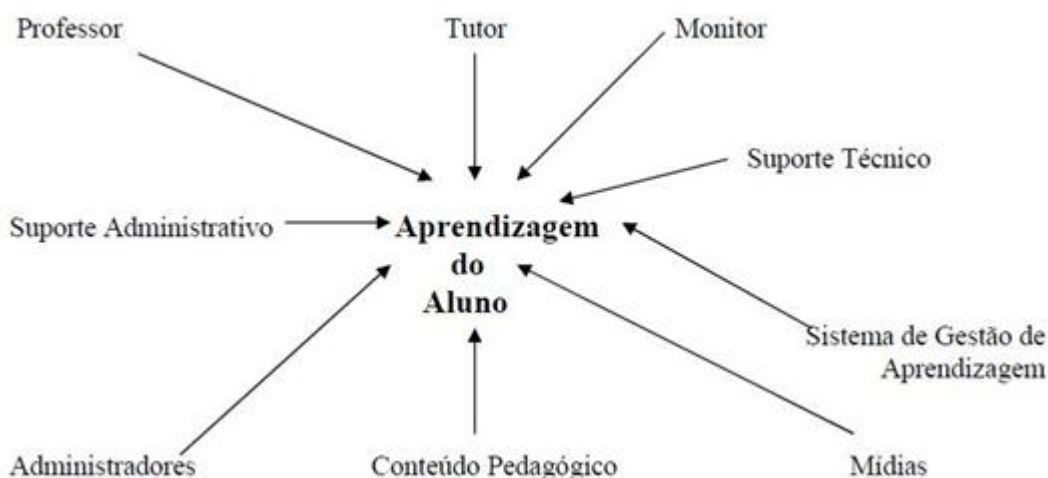


Figura 1- Componentes de um sistema de ensino a distância (Bastos, 2003; citado por Andrade, 2006)

No entanto, nem todas as faculdades estão, para já, dispostas a oferecer o ensino com recurso a um sistema *e-learning* uma vez que o sucesso deste é dependente de vários fatores como: a disponibilidade e abertura da cultura em que se está inserida, a disposição da administração para investir nas infraestruturas necessárias e também a disponibilidade dos formadores para formar um aluno através destes meios (Hanson, 2003).

Para Cardoso, Pimenta e Pereira (2008; citados por Lemos, 2011, p.21) se por um lado as instituições do ensino superior são “percebidas como fontes de conhecimento que possibilitam mudanças sociais fulcrais”, por outro, são instituições com forte resistência à mudança interna.

Apesar disso, atualmente assiste-se a um crescimento rápido de cursos em regime de *e-learning*, alguns dos quais sob a forma de *MOOCS* (*Massive Open Online Courses*), que consistem principalmente numa transposição dos conteúdos preparados para o ensino presencial, para um formato que suporte o ensino a distância.

No entanto, esta transposição mais direta dos conteúdos a que se assiste atualmente, não será a forma ideal para criar cursos *e-learning* com qualidade e suscetíveis de proporcionar o ambiente de ensino-aprendizagem desejado e os benefícios esperados devido a vários fatores, como: os conteúdos preparados para o ensino presencial são sobretudo preparados pelo professor sendo que a interação entre aluno e professor se processa de forma imediata; a evolução tecnológica atingiu patamares muito elevados sendo que foram já criadas ferramentas que permitem a criação de conteúdos *online* de enorme qualidade e sofisticação; sendo os conteúdos mais ricos e mais estruturados, irá assim aumentar a motivação para a aprendizagem. É devido a estes fatores que “um dos principais problemas na área do *e-learning* é identificar que metodologias devem ser aplicadas à estruturação de e-conteúdos e as normas das interfaces que estas deverão obedecer” (Lima & Capitão, 2003).

Neste século XXI, o principal objetivo do *e-learning* passa por compreender como aplicar convenientemente esta metodologia no ensino superior, uma vez que a sua implementação possui vários riscos, pelo que têm sido feitos vários estudos nesse sentido (Garrison, 2011). Segundo Rosenberg (2001; citado por Andrade; 2006) irá haver uma evolução tal que o *e-learning* para a nova geração já será apresentado sem o “e”, estando este implícito. De acordo com Andrade (2006) o termo *e-learning* será inclusive substituído pelo termo *m-learning* (*mobile-learning*) uma vez que no futuro o acesso estará disponível em qualquer lugar através das várias plataformas já existentes e que irão evoluir ainda mais tecnologicamente como por exemplo os telemóveis, computadores, *tablets* e até televisões. Segundo a mesma autora, a maior mudança no futuro será a forma como os materiais educacionais serão distribuídos a quem deseja aprender e serão estes mesmos materiais os percursos da geração futura do *e-learning* devido ao seu potencial de reutilização e interoperabilidade.

Apesar de a previsão para o futuro passar pela certeza de que o *e-learning* venha a ser completamente implementado, de momento as instituições deparam-se ainda com vários desafios para a sua adoção. De acordo com Gomes (2005; citado por Gomes; 2008) são quatro as dimensões dos desafios que pretendem ser superados: desafios ao nível das infraestruturas e

apoio técnico; desafios ao nível da gestão administrativa; desafios ao nível das competências e reconhecimento profissional e desafios ao nível da disponibilização de conteúdos e recursos pedagógicos (ver figura 2).



Figura 2- “Representação visual dos principais desafios associados à adoção de práticas sistemáticas de *e-learning* por instituições de educação/formação tipicamente presenciais.”
(Gomes, 2008)

“O *e-learning* é uma realidade com benefícios na atual conjuntura social, económica e tecnológica” (Lemos, 2011, p.14) e tendo em conta as vantagens que apresenta, é uma modalidade de “extrema importância para as instituições de ensino, pois assim conseguem captar outros públicos, modernizar-se e adaptar-se às exigências de um mercado cada vez mais competitivo” (Azevedo, 2007, p.24).

Tendo em conta que esta forma de ensino torna mais competitivas as instituições do ensino superior, é de esperar que, cada vez mais, estas optem por esta modalidade de forma a atingir um maior público-alvo.

Assim, e tendo em conta a importância do *e-learning* na atual sociedade digital, o nosso problema consiste em saber se esta modalidade poderá atrair mais alunos para o ensino superior, devendo as instituições do ensino superior português administrar os seus cursos de licenciatura exclusivamente pela metodologia do *e-learning* ou, antes, continuar a optar pela metodologia do *b-learning* (educação mista, presencial e *online*)?

Esse problema leva-nos a colocar algumas questões, que procuraremos afluor ao longo desta dissertação.

- a) Poderá o *e-learning* substituir completamente o ensino presencial?
- b) Poderá o *e-learning* ter resultados positivos a nível de aprendizagem por parte dos alunos, ou a qualidade será inferior?
- c) Poderá o *e-learning* reduzir o abandono do ensino superior tendo em conta a atual crise económica?

Segundo Ribeiro (2007), as instituições de ensino superior sobreviverão caso complementem o ensino tradicional com as novas tecnologias e os modelos de aprendizagem mais inovadores de forma a fazer face às necessidades do público-alvo emergente. De acordo com a mesma autora (2007, p.90) “dadas as mais-valias apresentadas do *e-learning*, a sua integração em qualquer disciplina do ensino superior traz vantagens”.

Tem ganho cada vez mais importância o estudo do *e-learning* no ensino superior devido às transformações radicais das tecnologias de informação e da comunicação bem como da internet na atual sociedade, sendo que “há poucas razões para supor que elas não serão também definidoras dos processos de transformação e inovação da educação no século XXI” (Pereira, Quintas-Mendes e Morgado; 2012, p.313). Torna-se, assim, necessário atender às crescentes exigências para que haja maior qualidade nas experiências educacionais no ensino superior (Wheeler, 2011; citado por Pereira *et al.*, 2012).

Para Hiltz e Turoff (2005) o processo de substituição do ensino tradicional pelo *e-learning* tem sido caracterizado como disruptivo, pois muda a natureza do mercado e das instituições envolvidas no apoio às infraestruturas. De acordo com os mesmos autores, dentro de 50 anos, este processo de substituição no ensino superior será visto como revolucionário das mudanças efetuadas no ensino superior ao nível dos processos e da instituição.

Nesta primeira década do século XXI assiste-se a um período de transição no processo histórico que começou na primeira década do século XX, com o ensino a distância tradicional suportado por meios digitais (como rádio, televisão, gravadores de áudio e vídeo...), despontando agora para o novo ensino a distância, o *e-learning* (Correia e Pinheiro; 2012). Além disto, tem a potencialidade de ser um poderoso meio capaz de criar recursos educacionais *online*, acessível a todos e, assim, permitir que todos os interessados possam ter

uma maior integração na sociedade do conhecimento (Cheuk e e Derniv, 2011; citados por Eger & Egerová, 2013).

Para Moran (2004) o processo de mudança na educação não será uniforme nem fácil sendo que a mudança irá acontecendo aos poucos em todos os níveis e modalidades educacionais, pois existe ainda uma grande desigualdade económica, de acesso, de maturidade e de motivação pessoal, estando uns já preparados para esta mudança, mas muitos outros não.

Por isso, este estudo pretende analisar como se encontra atualmente o comportamento do consumidor (aluno) relativamente ao *e-learning* e quais serão as perspetivas futuras relativamente a esta modalidade de ensino a par com o grau de aceitação e receptividade no momento presente.

Como tal, existem certos objetivos que pretenderei analisar mediante os dados recolhidos:

- a) Perceber o grau de abertura perante a migração de uma disciplina para o modelo de *e-learning*;
- b) Verificar se o grau de motivação está relacionado com a idade;
- c) Perceber se os alunos se sentem preparados para um papel de maior autonomia no seu processo de aprendizagem;
- d) Analisar se haverá entraves por parte dos intervenientes à implementação do *e-learning*;

A dissertação será desenvolvida em cinco capítulos a seguir enunciados. O primeiro capítulo será constituído pela introdução, na qual serão descritas as motivações e a relevância do estudo, as questões de investigação e os objetivos e também a estrutura do trabalho. No capítulo dois será analisado o tema da dissertação, ou seja, comportamento do consumidor relativamente ao *e-learning* no ensino superior português. Neste capítulo será abordado o conceito de *e-learning*, as vantagens e desvantagens, o *e-learning* na atualidade do ensino superior português, o papel que terá o professor e, por fim, as perspetivas futuras do *e-learning* nas licenciaturas do ensino superior em Portugal. É também neste capítulo que irá ser caracterizado o consumidor digital relacionando este com o aluno no *e-learning*.

O capítulo três será dedicado à metodologia utilizada no estudo, sendo feita a identificação dessa mesma metodologia, da amostra e a justificação do porquê do uso da mesma. No

capítulo quatro serão feitos o tratamento e a análise dos dados obtidos com a aplicação da metodologia anteriormente referida de forma a validar ou não as várias questões de investigação definidas no primeiro capítulo. Por fim, o capítulo cinco será constituído pelas conclusões, pela discussão dos resultados obtidos no capítulo anterior e, por último, serão abordadas pistas conducentes à investigação futura sobre o assunto abordado ao longo da dissertação.

2.1 Sobre o *e-learning*

Numa época em que as tecnologias da informação e comunicação bem como o uso da internet são já indispensáveis, Garrison e Vaughan (2008; citados por Pereira *et al.*, 2012, p.313) consideram mesmo que “a aprendizagem *online* é hoje perversiva no ensino superior, desafiando os agentes educativos a confrontarem-se face a novos pressupostos sobre o ensino e a aprendizagem na educação superior”.

São várias as definições de *e-learning* que têm vindo a ser apresentadas por diversos autores que estudam a matéria, mas partilham um ponto em comum: é uma forma de aprendizagem suportada nas novas tecnologias *online* em que o professor e o aluno estão separados por espaço ou tempo. Este novo método de ensino tem vindo a permitir que haja uma grande flexibilidade espaço-temporal entre a instituição de ensino, os alunos e os professores (Caldeira, 2010).

O *e-learning* é assim uma modalidade de educação à distância que tem por base a Internet, sendo que a aprendizagem ocorre remotamente e permite que seja personalizada e adequada ao ritmo de cada aluno, independentemente da plataforma utilizada para aceder à internet (Gonçalves, 2007). A esta definição, Gomes (2005) acrescenta ainda a facilidade de publicação, distribuição e atualização de conteúdos graças à diversidade de ferramentas e serviços de comunicação que permitem a colaboração de todos os intervenientes neste processo de ensino-aprendizagem. De acordo com a autora (2008), o *e-learning* tem um ponto de vista tecnológico (“e” de *eletronic*) cujo suporte é a internet, mas tem também um ponto de vista pedagógico que implica um modelo de interação entre professor-aluno e também aluno-aluno, pelo que o conceito de *e-learning* implica não só os aspetos tecnológicos mas também os aspetos educacionais. Assim sendo, o “e” em *e-learning* não significará apenas “eletrónico” mas tem vários outros significados não eletrónicos por trás que dizem respeito à componente pedagógica do conceito (figura 3).

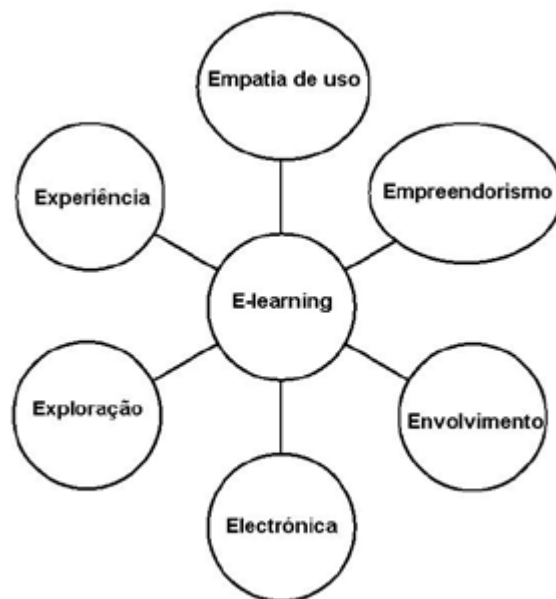


Figura 3- “Algumas aceções do “e” de *e-learning*” (Gomes,2005, p.236)

Já Gouveia (2006, p.13) oferece uma definição mais completa para o conceito, afirmando que “o *e-learning* como recurso à mediação eletrónica serve de auxiliar do processo de ensino e aprendizagem e que propõe um conjunto de ferramentas e técnicas complementares que permitem reinventar a forma como se ensina e, mais importante, como se aprende” e acrescenta ainda que o *e-learning* corporizado no uso de computadores e redes permite o acesso a várias funções que estimulam o processo de ensino e aprendizagem como a organização de conteúdos, a criação de contextos e o enquadramento de experiências. Também Lima e Capitão (2003, p.21) consideram o *e-learning* como “aprendizagem baseada na tecnologia eletrónica” sendo que têm como vias eletrónicas para distribuição dos conteúdos a Internet, LAN, WAN e CD’s ou DVD’s.

Machado (2001, citado por Andrade, 2006, p.25), por seu lado, propõe uma definição de *e-learning* mais pessoal, dizendo que o *e-learning* é “referido como a utilização das tecnologias de internet para fornecer à distância um conjunto de soluções para o aperfeiçoamento ou aquisição de conhecimentos e da aplicabilidade dos mesmos, com resultado na vida de cada um”. Lima e Capitão (2003, p.36) citam variadas definições do termo na sua obra, das quais destaco aquela que afirma que “o *e-learning* representa o casamento da internet com a educação...o mercado empresarial e o ensino superior e secundário são os setores mais

promissores.” (Goldman Sachs, 2000) e uma outra que refere que “o *e-learning* é a utilização da tecnologia para gerir, desenhar, distribuir, seleccionar, transacionar, acompanhar, apoiar e expandir a APRENDIZAGEM” (Masie, 2001).

Analisando estas definições, podemos constatar que o *e-learning* implica um sistema de aprendizagem em rede potenciado pelas novas tecnologias de comunicação e informação que oferecem variadas soluções como a possibilidade da flexibilidade de acesso a nível espacial e temporal dos intervenientes (alunos e professores) e também o acesso a mais e melhores conteúdos de ensino (Ribeiro, 2007). Cruz, Jordão e Lencastre (2004, citados por Ribeiro, 2007, p.13) salientam que o *e-learning* é “mais do que uma tecnologia, mais do que um meio para aceder a conteúdos educativos, favorecendo uma prática pedagógica à luz da abordagem construtivista colaborativa”.

De acordo com Caldeira (2010, p.27) o *e-learning* encontra-se ainda numa fase de desenvolvimento tanto tecnológico como pedagógico, mas assume que tem tido uma grande evolução graças a vários fatores entre os quais destaca: “o aperfeiçoamento e a disponibilização de ferramentas técnicas, construídas em formato digital, utilizadas em ambiente eletrónico e em rede”; “o aprofundamento de pedagogias vocacionadas para o ensino e aprendizagem virtuais”; e “a crescente consciencialização, por parte de instituições de ensino e de agentes políticos, do potencial de educação à distância”.

Gonçalves (2007, p.3) acrescenta que “o *e-learning* estimula a auto-aprendizagem, pelo que se insere no contexto de aprendizagem ao longo da vida”, sendo que é uma evolução necessária relativamente aos requisitos atuais da sociedade no que respeita à educação.

A adoção de um modelo de *e-learning*, comparativamente com o ensino tradicional, apresenta algumas vantagens e limitações a diferentes níveis. Um exemplo disso mesmo prende-se com o facto de que, por um lado, complementa algumas lacunas do ensino presencial, mas ao mesmo tempo permite flexibilidade espaço-temporal (Soigné, 2009). De acordo com Fernandes (2009, p.70), o *e-learning* deve o seu desenvolvimento à aplicação das tecnologias de informação e comunicação à área da educação, sendo que “são apanágio das atividades de ensino através do *e-learning* conceitos como: conforto, flexibilidade, autonomia e interatividade.” Para o autor (p.70), as soluções educativas do *e-learning* deverão ter como objetivo: “flexibilizar o acesso aos recursos de aprendizagem”; “implementar estratégias pedagógicas adequadas”; “disponibilizar experiências reais”; “suportar relações de

cooperação” e “ajudar a aprendizagem apoiando-se nas TIC”.

Posto isto e após ter explorado a leitura desenvolvida em torno dos benefícios e limitações do *e-learning*, constata-se que existe um impacto quer nos alunos, quer nos professores e também na instituição de ensino (Lima & Capitão. 2003), pelo que na tabela (tabela 1) seguinte reuni as diversas vantagens e desvantagens que os vários autores apontam. Os autores apresentam algumas considerações em comum e, seguindo a visão de Lima e Capitão, a tabela foi construída de acordo com o ponto de vista dos vários intervenientes do ensino no que respeita aos benefícios e às limitações que cada um poderá ter ao recorrer a esta metodologia de ensino.

Tabela 1 – Vantagens e desvantagens do *e-learning*, baseado em (Lima & Capitão, 2003; Monteiro, 2004, citando Eizagirre, 2004; Graels, 2000; Pais, 2004; Rosember, 2001)

Tabela 1 – Vantagens e desvantagens do *e-learning*, baseado em (Lima & Capitão, 2003; Monteiro, 2004, citando Eizagirre, 2004; Graels, 2000; Pais, 2004; Rosember, 2001)

Vantagens	Desvantagens
Alunos	
Flexibilidade geográfica e temporal	Internet pode oferecer uma largura de banda pequena para determinados conteúdos
Economia de tempo	Obriga a ter uma motivação forte e um ritmo próprio
Aprendizagem mais personalizada e rápida	Risco de aprendizagem incompleta, simplista e superficial
Controlo e evolução da aprendizagem ao seu ritmo	Possibilidade de sentimento de ansiedade e dependência face a uma interação contínua
Recursos de informação globais	Isolamento dos alunos
Acesso universal e aumento da equidade social e do pluralismo no acesso à educação e a fontes de conhecimento	Desorientação perante a quantidade de informação ou conteúdos
Maior interesse e motivação	Indisponibilidade do docente
Promove a reflexão e auto-avaliação	Ausência de relação humana
Ritmos de aprendizagem diferenciados	
Maior disponibilidade de conteúdos	
Facilidade e rapidez de comunicação	
Possibilidade de consultas sucessivas e necessárias aos conteúdos	
Informação sempre disponível e actualizada	
Atenção individualizada sobre o aluno	

Professores	
Facilita a avaliação e controlo dos alunos	Perca das reações dos alunos
Arquivo de trabalhos, perguntas e trabalhos aos alunos	Maior tempo de dedicação docente
Correção mais rápida de trabalhos	Dificuldade de adaptar ensino laboratorial ou prático
Reutilização de conteúdos	Mais tempo para a elaboração de conteúdos
Maior capacidade de atualização e revisão de conteúdos	Diminuição da privacidade académica
Armazenamento de todos os conteúdos	Mais tempo de formação
Beneficiar da colaboração com organizações internacionais	Resistência à mudança
Instituição de ensino ou formação	
Aumento da qualidade de ensino e aprendizagem	Resistência institucional
Maior abrangência de públicos-alvo	Dificuldade de integração e informação académica
Redução dos custos de manutenção de infra-estruturas	Investimentos iniciais avultados
Possibilidade de custos mais baixos	Cursos de formação mais elevados
Flexibilidade na adição de novos alunos sem incorrer em custos adicionais	

Assim, podemos concluir que existem várias vantagens no que diz respeito ao *e-learning*, principalmente no que toca à “inovação na formação, a racionalização de recursos, a flexibilidade na gestão de formação, interação, conteúdos e clivagem digital” (Soigné, 2009, p.16). Já em relação ao aluno, destaca-se o facto de este ter liberdade para ser mais autónomo e criar o seu próprio ritmo, tendo uma maior flexibilidade a nível de espaço e tempo o que lhe permitirá reduzir custos. No entanto, a perda de contacto humano com os colegas e mesmo com os professores pode levar a um isolamento do aluno, o que poderá criar uma maior ansiedade e, em consequência, a um fracasso na sua aprendizagem que poderá ficar incompleta ou simplista.

Quanto ao professor, “será necessário um investimento maior no planeamento, no desenho e na produção dos conteúdos de um curso e na tradição do ensino a distância” (Pires, 2007, p.25), podendo isto levar a uma resistência à mudança. Perspetivando, finalmente, o ponto de

vista da instituição, não podemos descurar que o planeamento de um curso neste formato requer o trabalho e tempo de muitos especialistas, o que aliado aos custos de formação torna necessário um maior investimento. No entanto, uma vez que este tipo de cursos chega mais facilmente a qualquer sítio e lugar, atinge consequentemente um maior público-alvo, sendo que o investimento poderá ter maior retorno (Pires, 2007).

Entende-se, assim, que o *e-learning* com todas as vantagens que tem associadas, disponibiliza ferramentas e recursos que poderão, de facto, contribuir para a melhoria da aprendizagem.

2.2 Sobre o *b-learning*

O *b-learning* (“*blended-learning*”) é a combinação entre o ensino presencial tradicional e o *e-learning*, sendo que uma das características desta modalidade assenta na combinação de sessões presenciais e *online* (Caldeira, 2010). De acordo com Monteiro (2004), o desenvolvimento desta metodologia determina-se por aspetos pedagógicos (o construtivismo e o cognitivismo são fundamentais) e tecnológicos. Quanto aos primeiros, são indiscutivelmente complementares ao ensino presencial enquanto que os aspetos tecnológicos colocam as ferramentas de comunicação e interação como muito importantes para o desenvolvimento desta metodologia (Monteiro, 2004).

De acordo com Mesquita (2007, p.43) o *b-learning* não deve ser visto como uma variação do *e-learning* mas antes como “um modelo com características próprias que abrange os melhores componentes do ensino a distância utilizados no *e-learning* conjugado com o ensino presencial”. A autora prossegue, afirmando ainda que esta metodologia reconhece os benefícios da disponibilização de formação *online* mas privilegia a aprendizagem do aluno na sala de aula, com os seus colegas e professor. A imagem seguinte é representativa das modalidades de aprendizagem em *b-learning*:



Figura 4- “Modalidades de aprendizagem no *b-learning*” (Mesquita, 2007, p.44)

Para Driscoll (2003, citada por Silva, 2009) o *b-learning* é a solução que permite a passagem progressiva de uma instituição de um modelo tradicional para um modelo digital em formato *e-learning*. Isto torna o *b-learning* uma metodologia cujos benefícios afetam tanto alunos como professores, no sentido em que permite a mudança de forma suave e de fácil aceitação. Ainda assim, Ribeiro (2007, p.17) assume que o *b-learning* mistura de forma equilibrada as duas metodologias, com o objetivo de melhorar a eficácia e eficiência do ensino e da aprendizagem, mas considera que o modo mais eficaz varia sempre de acordo com “os conteúdos, o contexto, as necessidades, o perfil dos alunos, entre outros fatores”. A isto, Gonçalves (2013, p.24) acrescenta a importância da necessidade das relações entre os intervenientes no processo de ensino-aprendizagem, afirmando que “são cruciais para se criar um ambiente humanizante para que o aluno se descubra, descobrindo os outros”.

Mesquita (2007, p.44-45) indica-nos algumas características do *b-learning*:

- Permite personalizar a aprendizagem;
- Termina com as barreiras espaço-tempo;
- Permite uma constante atualização dos materiais e conteúdos;
- É um sistema fiável e de fácil utilização;
- Modifica o papel do professor e obriga-o a repensar a sua postura;
- Exige mais tempo a professores e alunos.

A autora, mediante estas características, indica que esta metodologia é mais exigente e trabalhosa em termos de postura para os intervenientes do ensino-aprendizagem, ainda que seja de fácil utilização.

Tal como se tem verificado no *e-learning* e no ensino presencial, também o *b-learning* nos apresenta algumas vantagens e desvantagens, apresentadas na tabela seguinte:

Tabela 2- Vantagens e desvantagens do *b-learning* (Gonçalves, 2013, p.26)

Vantagens	Desvantagens
Constante troca de experiências entre os vários participantes.	Necessidade de se organizar turmas presenciais, o que pode gerar algum descontentamento e até mesmo desorganização.
Desenvolvimento de dinâmicas coletivas entre os participantes.	Limitação no acesso de alunos individuais que queiram estudar de forma independente e com horários flexíveis.
Redução de custos para o aluno no que diz respeito a deslocações e hospedagem.	Desvalorização do professor online e elevada valorização do professor presencial, ou seja, aquele que domina o conteúdo não faz atendimento e quem faz o atendimento não domina totalmente o conteúdo.
Flexibilidade de horários de aprendizagem (a qualquer hora, em qualquer lugar), à exceção de quando existem sessões presenciais.	Os alunos, por vezes, sentem que têm mais trabalho a fazer nesta modalidade.
Para as sessões realizadas online, a comunicação entre professor e aluno é aberta, sendo que todos os participantes podem ver as respostas enviadas pelo professor.	
Possibilidade de troca de experiências e conteúdos com um grande número de pessoas simultaneamente.	
Melhores resultados de aprendizagem dentro de prazos estabelecidos.	

A estas vantagens, Thorne (2003, citada por Ribeiro, 2007, p.17) acrescenta que o *b-learning*:

- Reforça o espírito de equipa e o desenvolvimento de múltiplas competências;
- Permite trabalho individual por parte do aluno;
- Permite uma aprendizagem mais direcionada, focalizada, à medida de cada aluno, no momento certo;
- Permite a interação entre professor-aluno;
- Permite a interação aluno-aluno; e
- Possibilita a conjugação de técnicas, podendo assim maximizar as potencialidades

das diferentes tecnologias ao dispor.

Além disto, a autora refere ainda que *o b-learning* se distingue pela sua flexibilidade, pelo que se pode adaptar a cada caso sem perder a sua essência. Posto isto, perante toda esta informação, é possível concluir, como afirma Mesquita (2007), que a metodologia do *b-learning* tem sido vista como a solução mais indicada a assumir, uma vez que junta o melhor da vertente digital e presencial.

2.3 Sobre o *m-learning*

Atualmente os jovens crescem cercados pelas novas tecnologias móveis, estando já incluídos naquilo a que chamam de “geração móvel” e, como consequência disso, apresentam capacidades inatas para o uso dessas mesmas tecnologias (Certal & Carvalho, 2011). Neste seguimento, surgiu de forma espontânea o acesso à informação através dos dispositivos móveis e, como tal, o conceito de *m-learning* (*mobile learnig*) foi abraçado por diversas definições.

De acordo com Melo (2010) para que um dispositivo com acesso à informação seja considerado *m-learning* terá de caber na mão de uma pessoa, num bolso ou carteira. O’Malley *et al* (2003, citados por Melo, 2010) acrescentam que o *m-learning* acontece quando uma pessoa não se encontra num local fixo ou aproveita a oportunidade de aprender através das tecnologias móveis. Assim sendo, *m-learning* tem uma componente tecnológica e uma componente de mobilidade. À componente tecnológica e à componente de mobilidade Traxler (2009) e Winters (2006), citados por Certal e Carvalho (2011), indicam que existem ainda duas outras perspetivas para o *m-learning*: a relação com o *e-learning* e também o facto de ser centrada no aprendente.

Assim, uma das definições mais próximas de *m-learning* é-nos transmitida por McLean (2003, citado por Rodrigues, 2007, p.13) que afirma que o *m-learning* “é um conceito usado para cobrir um conjunto de possibilidades criadas com o surgimento das novas tecnologias móveis, infraestruturas e protocolos de redes de comunicação sem fios e os crescentes desenvolvimentos na área do *e-learning*”. Esta definição conjuga as perspetivas anteriormente indicadas.

Segundo Trifonova e Ronchetti (2004, citados por Gil, 2007) a principal diferença entre o *e-learning* e o *m-learning* é a seguinte: ainda que ambas as modalidades tenham permitido que o ensino/aprendizagem saísse da sala de aula, o *m-learning* conseguiu fazê-lo sem estar fixo a um determinado local. A figura 5 representa como o *m-learning* deriva do *e-learning* que, por sua vez, é uma das variações do ensino a distância (*d-learning*):

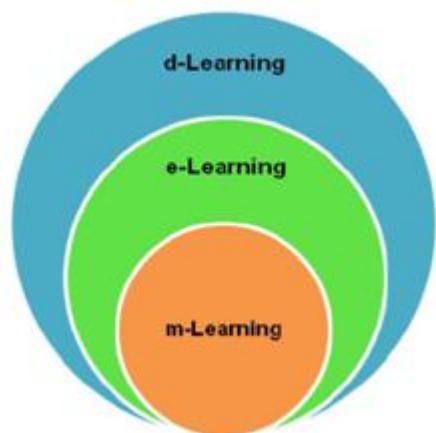


Figura 5- Evolução do modelo de ensino a distância (Georgiev et al, 2003, citados por Carvalho, 2012, p.21)

Carvalho (2012, p.21) refere que, ao utilizar dispositivos móveis, “agregando sistemas de suporte apropriados para acesso aos materiais de aprendizagem”, é possível ampliar as possibilidades para os alunos através das TIC, tendo “acesso a recursos educacionais diferenciados, usando multimédia e interatividade para promover a aprendizagem”.

Segundo Melo (2010, p.26) o “recurso ao *m-learning* será uma realidade apenas quando trazer vantagens ao ensino, com novos tipos de atividades, novas experiências pedagógicas ou novos recursos” comparativamente ao ensino tradicional e ao *e-learning*.

Wagner (2005, citado por Abrantes, 2011, p.34) alerta para o facto de que caso o *m-learning* seja o próximo passo para o ensino, há alguns aspetos a considerar:

- “- Aprender é um ato profundo e pessoal, que é facilitado quando o processo de ensino é relevante, seguro e motivador;
- Tipos diferentes de ensino exigem estratégias, ferramentas e recursos próprios;
- A tecnologia em si não garante um ensino melhor;

- Quanto melhor for a experiência e os resultados do ensino, maior será a probabilidade de aprender.”

Tal como nas modalidades descritas anteriormente, o *m-learning* também apresenta as suas vantagens e desvantagens (tabela 3):

Tabela 3- Vantagens e desvantagens do *m-learning*, baseado em: Gonçalves, 2013, p.28; Azevedo et. al., 2011, p.13.

Vantagens	Desvantagens
Pode aceder-se às aulas, vídeos e bibliotecas de áudio a partir de qualquer lugar, incluindo locais públicos.	O tamanho do dispositivo torna-se um inconveniente, isto porque o aluno tem de aprender debruçado sobre uma pequena tela.
Interação com outros alunos e instrutores.	A capacidade de armazenamento destes dispositivos é de caráter limitado.
Grande portabilidade.	A curta duração da bateria destes dispositivos.
Possuir dispositivos portáteis aumenta a motivação dos alunos no que diz respeito à aprendizagem.	A ausência de uma plataforma de <i>hardware</i> comum, torna extremamente difícil desenvolver conteúdos para o uso de todos.
Grande parte da população já possui dispositivos portáteis uma vez que o preço é acessível.	Os referidos dispositivos podem tornar-se desatualizados rapidamente.
Permitem a flexibilização de horários, possibilitando aos alunos a acessibilidade a qualquer hora e em qualquer lugar.	No <i>m-learning</i> os alunos são incapazes de imprimir, simplesmente porque é requerida uma ligação à rede.
Cada aluno pode aprender ao seu próprio ritmo.	Limitações na velocidade de acesso e no limite de tráfego.
Redução dos custos em materiais de aprendizagem e em deslocações.	

É incontestável que o *m-learning* se tem tornado cada vez mais uma realidade. Ainda assim, este modelo utilizado sozinho não será a chave para o sucesso garantido do ensino, sendo que aliar o *m-learning* com o *e-learning* e com o ensino presencial, contribuirá para a melhoria das condições de ensino (Azevedo, Ribeiro e Gomes, 2011). Wagner (2005, citado por

Abrantes, 2011, p.34) acrescenta ainda que a tecnologia aumenta a probabilidade de ter um efeito positivo no ensino, quando ajuda a aumentar a motivação, atenção, a tornar o ensino num ato memorável ou a demonstrar a relevância de aprender.

2.4 Papel e desafios para o professor

Tal como está descrito nos capítulos anteriores, um dos principais traços característicos da modalidade do *e-learning* passa pela ausência física de um professor. Neste sentido, relativamente a este modelo de ensino, os termos para designar a pessoa que ensina são associados ao prefixo “e-” e às palavras virtual e *online*, dando origem a expressões como e-moderador, tutor *online*, e-professor, e-formador, formador virtual, entre outras (Rodrigues, 2004).

Ao falar em ensino *online*, destacam-se, imediatamente, inúmeras diferenças no que diz respeito ao ser professor/tutor em comparação com o ensino presencial. Ainda assim, o docente continua a ser visto como o transformador de processos pedagógicos, pelo que nenhum outro elemento tem tanta importância na qualidade do ensino como a competência do professor (Gonçalves, 2008). Para Heur e King (2004, citados por Gonçalves, 2008) o papel que o professor representa nesta modalidade de ensino passa por ser um planeador, um modelo, um conselheiro e facilitador.

O papel de professor-planeador está relacionado com as competências técnicas e organizacionais, sendo ele que dá as indicações do caminho que o grupo deve seguir, ao mesmo tempo que ajuda a solucionar os problemas técnicos que possam surgir aos alunos. Já o papel de professor-modelo surge da necessidade de que esta seja uma modalidade em que esteja presente a reflexão e organização, respondendo oportunamente às mensagens que lhe forem enviadas. No papel de professor-conselheiro, espera-se que seja capaz de motivar os alunos não só para que tomem a iniciativa como para que sejam responsáveis com a sua aprendizagem, sendo também importante a motivação para que sejam participativos na matéria lecionada. Por fim, no papel de facilitador, o professor deverá abraçar o papel de docente e de estudante, uma vez que é imprescindível que vá procurando desenvolver e melhorar a forma de ensinar *online*. Assim sendo, é possível perceber que o professor tem inúmeras responsabilidades e competências no modelo de *e-learning*, pelo que “deverá desenvolver

estratégias de comunicação, manter o diálogo, fomentar o espírito de grupo, ter uma atitude positiva, ser dinâmico, ter a capacidade de ouvir os estudantes, motivar o grupo” e tudo isto ao mesmo tempo que prepara o calendário de atividades (Gonçalves, 2008).

Segundo Creanor (2002, citado por Loureiro, 2006, p.48), os alunos esperam que o tutor:

- “Organize e administre o espaço de conferência;
- Dê o tom das discussões e dê orientações aos formandos;
- Forneça orientações claras sobre os temas e atividades de discussão;
- Incentive a colaboração e participação;
- Reconheça e resuma as contribuições significativas;
- Coloque questões para estimular o debate;
- Consiga gerir as diferenças linguísticas e culturais.”

Ou seja, esperam que o tutor estimule, motive, oriente e acompanhe o aluno.

O principal desafio deste professor no ensino *online*, prende-se com a utilização da tecnologia. Isto acontece porque não basta colocar *online* os conteúdos que leciona na sala de aula, sendo também necessário que haja todo um processo de reestruturação e adaptação às tecnologias e plataformas disponibilizadas pelas instituições.

Além disso, é indispensável que tenha fluência tecnológica, dado que, ainda que alguns já a tenham adquirido, há também muitos outros professores que não apresentam à vontade com o uso das novas tecnologias. Assim, será necessário que os professores explorem novas competências e aptidões “para que os alunos possam aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender a ser” (Farias, 2011, p.57).

Soigné (2009, p.18) indica que o e-professor deve:

- “Dinamizar a aprendizagem de cada aluno e do grupo, promovendo a participação de todos e motivando-os;
- Apresentar competências tecnológicas, pedagógicas e científicas;
- Ter um papel preponderante nos momentos de conceção dos conteúdos, na tutoria e no de avaliação;
- Garantir o cumprimento dos objetivos do curso;
- Garantir a atualização dos conteúdos;
- Garantir a colocação de vários marcos pedagógicos intermédios;
- Garantir as avaliações intermédias e finais;
- Preocupar-se com o acompanhamento pedagógico síncrono ou assíncrono;
- Preocupar-se com a moderação dos debates;

- Preocupar-se com a partilha de informação;
- Preocupar-se com a manutenção da motivação remota dos participantes;
- Preocupar-se com os seus alunos.”

Tal como já foi referido, o objetivo do *e-learning* não é substituir o professor pela máquina mas, ainda assim, o papel do professor teve de ser repensado e as suas funções reavaliadas (Soigné, 2009). Na tabela seguinte (tabela) podemos ver a relação entre as funções e as competências do tutor *online*:

Tabela 4- Funções e competências do tutor *online* (Cejudo, 2006, citado por Gonçalves, 2008, p.52)

Funções	Competências
Académica/ Pedagógica	Responder aos trabalhos dos alunos Assegurar que os alunos estão a alcançar um nível adequado Desenhar atividades e situações de aprendizagem, de acordo com um diagnóstico prévio Fazer comentários globais e individuais às atividades realizadas Dar informações, clarificar e explicar os conteúdos apresentados
Técnica	Transmitir conselhos e apoios técnicos Manter-se em contacto com o administrador do sistema Utilizar adequadamente o correio eletrónico Utilizar o software com propósitos determinados Assegurar que os alunos compreendam o funcionamento técnico da formação
Organizativa	Estabelecer o calendário do curso, de forma global e específica Organizar o trabalho de grupo e facilitar a coordenação entre toda a equipa Estabelecer uma comunicação <i>online</i> com uma determinada lógica
Orientadora	Assegurar que os alunos trabalham ao ritmo adequado Ser guia e orientador do estudante Dar feedback público e privado sobre o trabalho e qualidade do mesmo Motivar os estudantes para o trabalho Informar os estudantes sobre o progresso no estudo
Social	Propor atividades para facilitar o conhecimento entre os alunos Animar e estimular a participação dos alunos Dinamizar as ações formativas e o trabalho em rede Dar as boas-vindas aos estudantes que participam no curso <i>online</i>

O docente é o “personagem-chave” na promoção do *e-learning* para os estudantes e, como “ator preponderante no processo educativo e no desenho do ambiente de aprendizagem, o docente tem responsabilidades na facilitação da utilização da tecnologia por parte dos estudantes para que estes a utilizem para aprender, para partilhar e para comunicar”, pelo que é importante que cada professor tenha “vontade e pratique atitudes que promovam estas valências nos estudantes” (Casa Nova, 2014, p.138)

De acordo com Farias (2011, p.57), será através do desenvolvimento das novas competências que se instituirá um novo paradigma educacional, dado que “o maior desafio da educação e do professor contemporâneo é o de saber articular as experiências e conhecimentos prévios dos alunos, vaticinando o desenvolvimento da autonomia discente, de forma a constituir uma inteligência coletiva, que promova a democratização do conhecimento e exercício pleno da cidadania”.

2.5 Comportamento do consumidor digital

Nas palavras de Silva (2012, p.4), “o comportamento do consumidor reflete-se em todas as atividades que as pessoas realizam quando consomem e dispõem de um determinado serviço, produto ou marca”. Segundo a autora (citando Schiffman & Kanuk, 2000), o comportamento do consumidor é uma ciência interdisciplinar que estuda o comportamento das pessoas analisando o porquê, o quanto, onde e a frequência com que as pessoas compram e consomem os produtos e serviços oferecidos. Kotler (2000) afirma que o comportamento do consumidor é influenciado por fatores culturais, sociais, individuais e psicológicos.

Graças ao apoio das novas tecnologias, o consumidor viu emergir o seu poder, sendo que a internet veio facilitar não só a possibilidade de comunicar em rede, mas também aumentar o número de informação que circula e, por isso, o consumidor sente a necessidade de explorar as novas formas de comunicar (Alves, 2013).

A par do eclodir da internet e da sua popularização, surgiu também um novo consumidor: o consumidor digital. A este consumidor digital está associado um dos mais importantes serviços proporcionados pela Internet, o comércio eletrónico, que se expande através de empresas, clientes e fornecedores, modificando os serviços e reduzindo os custos (Martins, 2013). “Através da internet, verifica-se uma maior aproximação do consumidor à marca e

vice-versa” (Alves, 2013, p.23). Kotler (2011, citado por Alves, 2013, p.23) afirma que esta conectividade se deve a três fatores: “computadores e telemóveis; internet a baixo custo; e código fonte aberta”.

Wilson e Gilligan (2005, citados por Martins, 2013, p.38) consideram que o novo consumidor apresenta as seguintes características:

- Contribui para o desenvolvimento de novos sistemas de valor;
- Coloca maior ênfase na relação custo-benefício;
- Tem níveis mais elevados de percepção de preço e sensibilidade;
- Está disposto a aceitar produtos novos e excitantes;
- Revela menos tecnofobia;
- Encontra-se predisposto a experimentar novos produtos, ideias e sistemas de distribuição;
- Faz mais perguntas;
- Tem níveis mais elevados de consciência ambiental.

As imagens seguintes (imagens 6 e 7) retratam a mudança ocorrida no consumidor e apresentam uma nova caracterização do mesmo. Este é agora um ser individual, independente, bem informado, gosta de se envolver e procura autenticidade, ao contrário do velho consumidor que procurava conveniência, era sincronizado, envolvia-se menos, era conformista e menos informado (Gama, 2011, citado por Alves, 2013).

Estas mudanças de mentalidade, segundo o mesmo autor, deveram-se às constantes alterações económicas, sociais e tecnológicas ocorridas nos últimos anos.

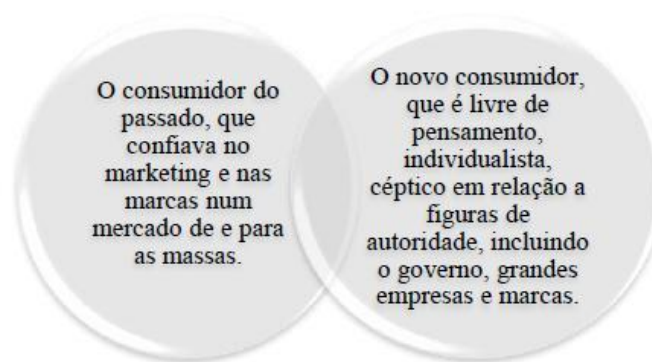


Figura 6- A mudança do consumidor (Wilson e Gilligan, 2005, adaptado por Martins, 2013, p.39)

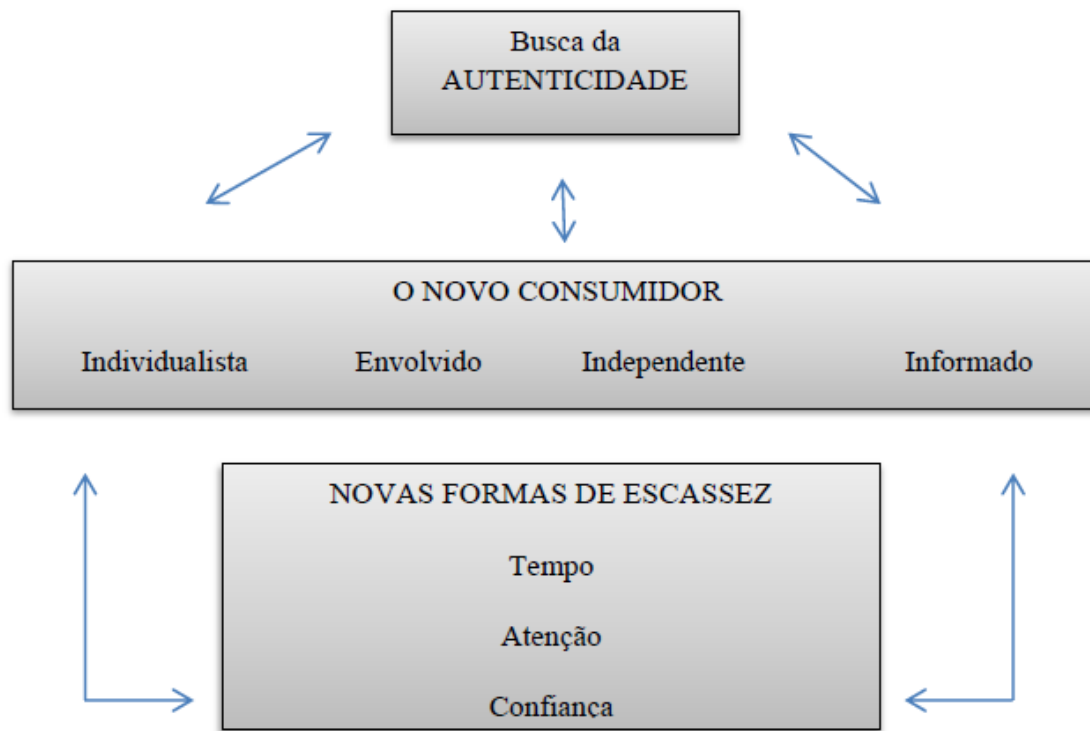


Figura 7 – O novo consumidor (Lewis & Bridges, 2003, adaptado por Alves, 2013, p.21)

Korgaonkar e Wolin (1999, citados por Koetz, 2004) referem que a chave da utilização da Internet em todo o seu potencial, com vista a atingir o consumidor, passa pelo conhecimento das necessidades e desejos dos seus utilizadores. Os mesmos autores enumeram algumas razões que influenciam o comportamento dos consumidores internauticos, dividindo-as em sete categorias:

1. **Motivação para a fuga social:** consiste no entretenimento proporcionado pela internet, que relaciona a rede com atividade de diversão e relaxamento do dia-a-dia;
2. **Segurança e privacidade nas transações:** mostra as preocupações dos consumidores nas transações *online* associadas a segurança de dados;
3. **Motivação para a informação:** corresponde à forma como os utilizadores fazem uso da Internet para o seu autodesenvolvimento e para preencher as necessidades de informação;
4. **Motivação para o controlo da interatividade:** a característica da Internet que

permite que o utilizador tenha o controlo, sendo ele que decide que *sites* pretende explorar, com quem quer conversar e se quer ou não personalizar os seus acessos;

5. Motivação para a socialização: os consumidores veem na Internet um local para socializar que lhes permite a interação e o desenvolvimento de vínculos sociais;

6. Privacidade em questões não transacionais: neste caso refere-se à privacidade em questões gerais como as informações pessoais;

7. Motivação económica: esta categoria revela o interesse do consumidor não só em utilizar a Internet como fonte de conhecimento, mas também com o objetivo de fazer compras e realizar negócios.

O carácter interativo da tecnologia leva o consumidor a controlar as transações, pelo que convém às organizações terem em consideração que a *web* “é uma sociedade em si mesma com cultura e linguagem próprias e um perfil de pessoas específico” (Koetz, 2004, p. 31). Para Barata (2011), em ambientes *online* verifica-se também que a atitude dos consumidores face à *web* é igualmente motivada pela criatividade do *site*, sendo que os consumidores mais ativos não terão problemas em sair de um *site* caso este não os incentive e não os faça sentir impressionados. O controlo interativo despoletado pela Internet permite uma relação positiva com o comportamento de compras *online*, o que realça a importância de haver um estímulo para a participação do consumidor *online* (Koetz, 2004).

A geração digital (nascida a partir da década de 90) não tem medo da tecnologia, uma vez que esta está disponível desde o seu início de vida. Neste caso, a tecnologia está associada a um maior acesso à informação e de forma mais fácil, pelo que os jovens estão a tornar-se consumidores mais exigentes. Isto porque, antes da tomada de decisão de compra, têm oportunidade de explorar todas as escolhas que lhes são apresentadas, exigindo naturalmente rapidez e qualidade instantânea (Vandermerwe, 1990, citado por Barcelos, 2010). Também Ramos (2010) faz sobressair o poder que o novo consumidor exprime nas organizações ao gozar da capacidade de se manifestar e intervir nas estratégias e imagem das empresas e trocarem opiniões e informações entre si.

São inegáveis as vantagens que o consumo *online* acarreta, pois além de proporcionar conveniência, conforto e comodidade, o entretenimento é, por si só, de enorme proveito (Martins, 2013). “O consumidor atual passa a ser o mote da criação de qualquer produto ou serviço e as empresas passam a orientar a sua comunicação exclusivamente para eles” (Barata,

2011, p. 29), pelo que é fulcral que as empresas analisem atentamente o seu comportamento e as suas necessidades aliadas à Internet, algo que é imprescindível quando se pretende delinear as melhores estratégias de marketing.

Aliás, o propósito central do marketing é “identificar e entender as necessidades, desejos e as demandas do público-alvo para que as empresas as compreendam ao emitir uma proposta de valor” (Kotler & Keller, 2006, citados por Lauria, 2008, p.25). Esse estudo do consumidor poderá, por exemplo, contribuir para que se evite o declínio de potenciais clientes e do número de matrículas no ensino superior, sendo fulcral, além do conhecimento do cliente, ter uma percepção clara do mercado e da concorrência para que a proposta de valor atenda às necessidades.

Além disso, também será necessário que seja comunicada a oferta de forma eficaz e no tempo e lugar certos para que se potencie motivação nos consumidores (Froemming, 2001). A mesma autora indica que as instituições universitárias cada vez mais reconhecem ser imprescindível que haja eficiência e bons programas e serviços para satisfazer o mercado alvo e assim reter os alunos matriculados e atrair novos alunos.

Para Herdeet (2002, citado por Ibdaiwi, 2009, p.73) as mudanças no sistema educacional “têm levado muitas organizações a adotarem uma renovação do modelo de gestão, onde a universidade procura inovar na prestação dos serviços” com o objetivo de satisfazer com qualidade as necessidade dos cada vez mais exigentes consumidores-alunos.

Segundo Ibdaiwi (2009) o marketing educacional não só contribui com a análise e propostas de ações para os serviços, como permite solucionar os problemas relacionados com a adequação ao mercado e ao que o cliente necessita, sendo fulcral um acompanhamento ao comportamento do consumidor. Apesar disto, o autor (p.76) refere ainda que o marketing educacional não tem como única finalidade manter e atrair os alunos, mas também “conseguir recursos que supram as necessidades da instituição para o desenvolvimento da sua missão e as estratégias de marketing devem auxiliar na procura de alternativas de receita fora dos seus orçamentos”.

De acordo com Kotler e Fox (1994, citados por Froemming, 2001, p.65) os atributos que mais atraem e que estão por trás da escolha do curso e universidade são: “1) *reputação académica*, 2) *custo*, 3) *localização*, 4) *distância de casa*, 5) *extensão da instituição*, 6) *convívio social*, 7)

aparência física da instituição, 8) moradia e condições de vida e, 9) colocação no mercado de trabalho”. A motivação é uma das características que mais influencia o processo de compra pois é “*despertada por uma necessidade que passa a ser um motivo, e um motivo é uma necessidade suficientemente importante para levar a pessoa a agir, ou seja, é o motivo que leva à ação*” (Kotler, 2005, citado por Oliveira, 2010, p.66). Sendo assim, se a motivação não estiver presente, não haverá a procura pelos atributos mais desejados inerentes à escolha do curso e instituição por parte do consumidor.

É importante que as instituições do ensino superior “facilitem a aprendizagem do consumidor sobre os atributos da classe de produto, a sua importância relativa e a alta reputação de uma marca específica nos atributos mais importantes” (Kotler & Fox, 1994, citados por Oliveira, 2010, p.89). Para Argenti (2004, citado por Reis, 2011, p.20) a reputação trata-se de um ativo intangível para as organizações, sendo que se trata de uma “representação coletiva dos grupos sobre as múltiplas imagens que uma empresa pode assumir, baseada em programas de identidade organizacional e construída ao longo do tempo.”. (Gadberg & Fombrun, 2002, citados por Reis, 2011, p.20) acrescentam ainda que a “reputação organizacional é a representação coletiva das ações passadas das empresas e resultados que descrevem a habilidade destas em entregar valor aos múltiplos *stakeholders*”.

É imprescindível que se confira valor e informação sobre a marca, uma vez que a escolha de um curso e universidade implica um comportamento de compra complexo, ou seja, uma compra que não ocorre com frequência e que exige um grande envolvimento por parte do consumidor. Trata-se de produtos/serviços caros e, por estes motivos, é importante que as instituições “invistam em formas diferenciadas e eficazes de fornecer informações e de valorizar a marca” (Oliveira, 2010, p.84).

Na imagem seguinte (imagem 8) é possível compreender o comportamento que o marketing deverá assumir face ao consumidor digital:



Figura 8 – Esquema assente sobre um marketing digital interativo (Lehu, 2001, citado por Silva, 2011, p.65)

De acordo com o esquema, é necessário observar o consumidor de forma a compreender a natureza das suas necessidades, motivações, atitudes e comportamentos e só depois disso a empresa deverá adaptar a oferta para reagir adequada e eficazmente. Além disso, é essencial que a empresa se mantenha atenta para continuar a observar as evoluções do comportamento dos seus consumidores (Silva, 2011). Por outro lado, também o consumidor deverá “observar e analisar a oferta de modo a compreender a natureza das diferentes propostas e adaptar-se às suas características, reagindo, comprando ou não a oferta inicialmente proposta, o que vai fazer com que se torne atento às evoluções da oferta” (Silva, 2011, p.65).

A mesma autora (p.66) realça que através da “*crescente proliferação da internet, o aumento da partilha, o tempo despendido e a interatividade poderão ser uma oportunidade para as instituições do ensino superior que enfrentam problemas de captação de alunos, indispensável à sua sustentabilidade*”.

Ainda que, cada vez mais, se esteja a formar um público de diferentes faixas etárias a frequentar o ensino superior, é importante referir que os jovens continuam a ter maior ênfase como potenciais clientes no ensino superior (Silva, 2011), pelo que será imprescindível apostar mais nos meios digitais, utilizando uma estratégia de marketing adequada à instituição educativa para que esta consiga alcançar o sucesso atraindo e satisfazendo o seu público. Para que isso seja possível, é imperativo que se conheçam os fatores que são determinantes na hora de escolher o curso e, assim, definir a estratégia de desenvolvimento da oferta de cursos *online*.

2.6 Desafio para os alunos

Devido às alterações que se fazem sentir no mundo moderno, a formação tem vindo a ganhar peso e a afirmar-se como um espaço cada vez mais importante para a sociedade. Neste sentido, os sistemas de ensino têm procurado preparar as pessoas desde a infância e durante toda a vida para que se desenvolvam competências técnicas e humanas que as ajudem a preparar-se para as constantes mudanças de mercado (Petiz, 2006).

Como consequência, surge o conceito de aprendizagem ao longo da vida que, tal como já tinha sido mencionado anteriormente, se assume como uma das principais características associadas ao uso do *e-learning*. Com estas transformações do papel da educação, o paradigma de ensino evoluiu para um paradigma de ensino-aprendizagem, que reconhece que o conhecimento é construído pelo próprio aluno e que este “não aprende sozinho, mas sim através da interação entre vários agentes e participando em várias experiências”, o que se irá traduzir num ganho de competências de autoestudo e colaborativas por parte do aluno (Petiz, 2006, p.76).

Com esta mudança, o papel do aluno sofre também alterações e este passa a ser autónomo na gestão da sua aprendizagem uma vez que, tal como afirma Santos (2000, citado por Loureiro, 2006, p.35):

- Pode escolher os conteúdos e o ritmo de aprendizagem;
- Tem que ter motivação, responsabilidade e capacidade para a autoaprendizagem;
- Pode ser avaliado presencial, remotamente ou de forma mista;
- Pode rever a matéria quando e quantas vezes necessitarem;
- Pode estar em contacto, em tempo real ou em diferido, com o professor e os restantes aprendentes.

O mesmo autor (p.35) indica que o aprendente de *e-learning* terá de adquirir novas competências e que estas se manifestam por “saber ser, saber fazer e saber aprender”. Isto contribui para que as principais características dos alunos se centrem na curiosidade e predisposição para a inovação, capacidade de organização pessoal, vontade de aprender colaborativamente e pela facilidade do acesso à Internet.

Segundo Lima e Capitão (2003, p.58) o aluno abandona o papel de quem “recebe passivamente instrução de outrem e assume um papel de edificador do seu próprio conhecimento, tirando partido de recursos como a *web* e o professor como guia da aprendizagem”.

Campaniço (2013, p.45) descreve o aluno do século XXI como alguém que anda de “computador portátil ao ombro, *smartphone* na mão e leitor MP3 no bolso”, o que lhe facilita uma conexão ao mundo enquanto faz várias tarefas ao mesmo tempo. Por este motivo, caracteriza-se “como um protagonista do panorama académico que utiliza as novas tecnologias na maioria das atividades quotidianas e rotineiras do seu dia-a-dia”. As tecnologias de informação e comunicação estão presentes na maior parte das suas ações e fazem parte da sua “indumentária diária”. O mesmo autor (p.46) afirma que o aluno de hoje, não é o mesmo de antigamente, realçando que “a Sociedade progride, o indivíduo transforma-se, a mente modifica-se”.

Para Prensky (2001, citado por Campaniço, 2013) os alunos deste século têm nascido e crescido numa nova conjuntura, a Revolução Digital e, por isso, há forçosamente fatores que os diferenciam dos antigos alunos no sentido em que se inserem numa época em que se desenrolam vários cenários digitais. O digital faz parte do seu código genético e isso permite-lhes fazer em simultâneo várias atividades, ao mesmo tempo que possuem curiosidade para testar novas aplicações pesquisando na Internet como fazer uso delas. Campaniço (2013) indica ainda que associado a esta nova era digital, o novo tipo de aluno é multifacetado e está em permanente contacto tanto com a informação como com os outros, pelo que vive em constante desenvolvimento de competências e saberes e é o aluno que melhores condições reúne para assimilar a inovação tecnológica no que diz respeito ao ensino.

Para MacFarlane (1999, citado por Casa Nova, 2014) o principal desafio para o estudante passa por adquirir a capacidade de saber gerir toda a informação, para que seja capaz de suportar a autoaprendizagem e o desenho de percursos de aprendizagem. Casa Nova (2014) acrescenta ainda que será tarefa do estudante lidar com questões relacionadas com a proveniência da informação e a correção e a fiabilidade da informação pesquisada. O mesmo autor (citando Harvey et al, 1999, p.131) indica que existe grande probabilidade de os estudantes conseguirem desenvolver as competências que os farão gerir a informação que têm na Internet e que os irão tornar autónomos e mais maduros, sendo que as competências passam

a resumir-se “menos às capacidades de absorver e/ou transmitir informação e mais na procura, avaliação e aplicação desta informação”.

Na imagem seguinte, podemos ver as competências digitais que os estudantes deverão adquirir, tal como sugeridas por Ferrari (2012). A autora refere que essas competências são sete e passam por gerir a informação, colaboração, comunicação e partilha, criação de conteúdo e conhecimento, ética e responsabilidade, avaliação e resolução de problemas e operações técnicas (Figura 9):



Figura 9- Competências digitais do estudante (Ferrari, 2012, p.4)

Para Ferrari, estas competências são essenciais para que o estudante tenha as ferramentas necessárias que lhe irão permitir aprender melhor e aprender autonomamente.

Na tabela seguinte, Palloff e Pratt (2003, p.13-14) sintetizam as características do aluno virtual sugerindo técnicas de instrução para serem apoiados o que é importante de ter em conta aquando da preparação dos cursos:

Tabela 5- Técnicas de instrução centradas no aluno para os ajudar na aprendizagem virtual
(Palloff & Pratt, 2003, p.13-14)

Características do estudante virtual	Técnicas de instrução centradas no aluno
Acesso e habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Usar apenas tecnologia que serve o objetivo da aprendizagem; - Manter a tecnologia o mais simples possível; - Certificar que os alunos têm habilidades para usar a tecnologia para o curso por meio de plataformas, testes ou a completude das orientações tecnológicas; - Desenhar páginas de internet que tenham apenas uma página com texto e gráficos; - Limitar o uso de áudio e vídeo; - Garantir que haja utilização do <i>chat</i>.
Abertura	<ul style="list-style-type: none"> - Começar o curso com introduções, biografias ou realização de perfis; - Usar exercícios para quebrar o gelo para que os estudantes se conheçam uns aos outros; - Usar exercícios baseados na experiência e atividades de aprendizagem baseadas nos problemas; - Incluir uma área social ou uma sala de estudantes na plataforma, dirigida aos alunos.
Comunicação	<ul style="list-style-type: none"> - Introduzir diretrizes para a comunicação, inclusivamente de etiqueta virtual; - Bom modelo de comunicação; - Explicar o que constitui um importante tópico de discussão; - Encorajar a participação e a criação de diretrizes para o curso; - Acompanhar os alunos que não participam ou cuja participação se alterou.
Compromisso	<ul style="list-style-type: none"> - Clarificar o tempo designado para as tarefas dos alunos; - Clarificar claramente as tarefas, os prazos para realização das tarefas e como conseguir ganhar o grau académico; - Ser claro nos requisitos necessários; - Apoiar o desenvolvimento de boas práticas para gerir o tempo.
Colaboração	<ul style="list-style-type: none"> - Incluir casos de estudo, pequenos grupos de trabalho, atividades de quebra-cabeças, simulações e promover atividades que aumentem as habilidades do pensamento crítico; - Fazer com que os alunos façam as suas atividades com a expectativa de que irão dar <i>feedback</i> uns aos outros; - Fazer perguntas abertas para estimular a discussão e incentivar os alunos a fazerem o mesmo.

Reflexão	<ul style="list-style-type: none"> - Impor uma regra de resposta em 24h para permitir respostas refletidas; - Encorajar os alunos a escrever respostas <i>offline</i> e depois copia-las para o site do curso; - Incluir uma área de reflexões no curso e encorajar os alunos a utilizá-la; - Fazer perguntas de discussão abertas que incentivem a reflexão e a integração.
Flexibilidade	<ul style="list-style-type: none"> - Variar as atividades do curso para abordar todos os métodos de aprendizagem e manter o interesse e as várias abordagens ao tema; - Negociar as diretrizes do curso com os alunos para alcançar um maior público; - Incluir a Internet como uma ferramenta e recurso de ensino e encorajar os alunos a procurarem referências que possam usar.

Atingir o sucesso num ambiente virtual depende da motivação do aluno e serão os alunos com mais disciplina, organização e que melhor planeiam o tempo e as atividades, que melhor se irão adaptar ao *e-learning* (Lima, 2010). Esta afirmação é também sustentada por Batista (2005, citado por Moraes, 2006) que acredita que os alunos que forem suportados por uma menor motivação irão consequentemente ser abraçados pelo insucesso ou desistir, uma vez que não irão sentir a obrigação de estar na sala de aula. Assim, concordamos com Moraes (2006), quando afirma que é necessário que o aluno se sinta motivado para aprender em *e-learning* para que seja incentivada tanto a autoaprendizagem como o trabalho em grupo numa perspectiva de construção colaborativa do conhecimento com os restantes membros.

2.7 Relação entre o comportamento do consumidor *online* e o aluno no *e-learning*

Tal como se pôde constatar nos dois capítulos anteriores, tanto o novo tipo de consumidor como o novo tipo de aluno têm origem no século XX (mais concretamente em meados da década de 90) e apresentam uma característica em comum: ambos emergiram na chamada revolução digital. Tendo em conta que o ensino é visto como um serviço, é-nos permitido fazer uma associação entre o estudante como consumidor e o *e-learning* como o serviço em questão, para que possamos analisar qual seria o comportamento do aluno relativamente aos cursos em regime *e-learning*.

Já foi referido anteriormente que o consumidor apresenta determinadas características que lhe são indissociáveis, tais como o facto de manifestar disposição para experimentar novos

produtos ou serviços, ideias e sistemas de distribuição; ser mais curioso e, por isso, levantar um maior número de questões; e não ter medo da tecnologia.

Ora, olhando para as características em destaque, pode concluir-se que o novo tipo de aluno encaixa nelas perfeitamente. Senão, vejamos: o novo tipo de aluno, tal como já foi mencionado, distingue-se pela curiosidade e predisposição para a inovação; tem facilidade na utilização da Internet e tem vontade de aprender. Posto isto, é indiscutível que o novo aluno se manifesta pelas mesmas características do novo consumidor e, sendo assim, podemos supor que existe uma grande probabilidade de os alunos estarem dispostos a frequentar um curso em *e-learning*, uma vez que é um serviço que vai de encontro aquilo que o novo consumidor procura hoje em dia e à forma como procura o que pretende adquirir.

Outra das particularidades manifestada pelos alunos no que diz respeito ao *e-learning* passa pela sua necessidade de saber gerir e procurar toda a informação para desenvolverem a autoaprendizagem. O mesmo se verifica quando, atualmente, o consumidor pretende fazer uma compra, pois revela uma grande necessidade em reunir toda a informação a nível de qualidade, preço e opiniões de outros utilizadores antes de tomar a decisão. Em ambos os casos pode constatar-se a influência e as alterações que o digital veio introduzir na época atual, uma vez que anteriormente os alunos tinham acesso fácil à informação dada pelo professor e os consumidores confiavam plenamente na marca. Neste sentido, dado que até relativamente à procura de informação o aluno e o consumidor agem sozinhos, é de crer também que poderá existir uma maior propensão a pagar por um curso em *e-learning*.

No que diz respeito à acessibilidade, vimos nos capítulos que precederam que tanto o consumidor digital como o aluno digital têm facilidades na utilização da tecnologia. Ainda assim, ambos revelam preferência por uma plataforma e um *site* que se manifestem atrativos, para que o interesse se mantenha e para que a motivação não desvaneça. Um *site* de acessibilidade simples irá sustentar a vontade de navegação, já que aspetos que façam perder o menos tempo possível e apresentem um bom suporte prático, irão apresentar maiores vantagens para os interessados nas tecnologias *online*.

Outro ponto que este consumidor e aluno digitais detêm em comum passa pela vertente social. Uma das principais desvantagens do *e-learning* advém da falta de contacto pessoal entre colegas e professores, mas esta é colmatada pelo facto de vivermos numa época em que se valoriza cada vez mais o contacto digital. É notável que, tanto para alunos como para

consumidores, comece a ser suficiente essa componente digital a nível das relações sociais, uma vez que permite uma maior partilha, comunicação e troca de informações. Isto também leva a crer que o *e-learning* seria um serviço procurado pelos alunos, uma vez que existe contacto constante entre os intervenientes.

Estas hipóteses, colocadas acima, serão alvo de uma reflexão mais aprofundada na análise de resultados obtidos a partir da metodologia escolhida para verificar se os alunos, enquanto consumidores e decisores da sua educação, estarão ou não abertos à possibilidade de frequentar um curso em *e-learning* no ensino superior.

2.8 O *e-learning* no ensino superior português

Atualmente verifica-se que o ensino superior tem vindo a sofrer alguns desafios de natureza diferente, o que se justifica pela necessidade que apresenta de tornar-se cada vez mais um espaço atrativo e capaz de motivar os alunos que possuem necessidades e expectativas várias. Contudo, tal tem gerado algumas queixas por parte dos alunos, que se deparam com salas lotadas; com métodos de ensino que não são os mais adequados; com a discrepância entre conteúdos teóricos e práticos; com a falta de coerência presente nos planos de estudo; com a relação interpessoal distante que mantêm com os professores; e com a não adequação entre os estudos e o mercado de trabalho (Figueiredo, 1997, citado por Morais, 2006).

Como consequência destes descontentamentos e aliado ao facto de as novas tecnologias terem um impacto cada vez maior em todos os setores, é de esperar que o ensino não enverede pela via de negligenciar a potencialidade das TIC mas, pelo contrário, passe a integrá-las no sistema e na oferta educativa. Este assume-se como o principal desafio de inúmeras universidades (Morais, 2006).

Monteiro (2004) refere que o ensino superior não escapa às atuais mudanças que se instalaram na sociedade. Esta manifesta uma brutal necessidade de procura do conhecimento de forma cada vez mais diversificada, pelo que as universidades têm sido confrontadas com uma enorme dificuldade para dar resposta a essa procura em termos de limitações geográficas, temporais, de recursos humanos, técnicas e financeiras. O mesmo autor (citando Almeida *et al*, 1999) alerta ainda que, perante este cenário, é imprescindível que as instituições adotem estratégias que permitam colmatar as necessidades de um público diversificado, tendo em

conta que não devem descurar a qualidade e a acessibilidade do ensino.

Para que isto seja possível, será preciso adotar um conjunto de novas ferramentas de comunicação para o ensino, baseadas nas tecnologias de informação e comunicação, para que suportem o ensino não presencial. No entanto, de acordo com Soigné (2009, p.43) em Portugal o *e-learning* enfrenta ainda alguns obstáculos que impedem a sua implementação, nomeadamente no que diz respeito à transposição dos conteúdos do ensino tradicional para o digital e à dificuldade que se sente por parte de professores e formadores em colaborar. Além disso, em Portugal não existe “uma oferta consistente de serviços multimédia educativos de qualidade”, pelo que se tem vindo a aderir com maior densidade aos sistemas de *b-learning* e a descurar o *e-learning*.

Ainda assim, através do novo modelo de ensino-aprendizagem e com o processo de Bolonha já implementado nas universidades portuguesas, tanto o *b-learning* como o *e-learning* fazem cada vez mais parte da realidade das instituições do ensino superior, que revelam maior abertura e mostram-se mais preocupadas com a melhoria do ensino e da aprendizagem (Ferreira, 2008).

Ferreira (2008, p.21) afirma que a implementação do *e-learning* no ensino superior veio dar resposta a vários “problemas e necessidades, designadamente pedagógicas, administrativas, de investigação e de aprendizagem organizacional”. A mesma autora (citando Vieira, 2006) indica também que o principal objetivo da adoção de plataformas de *e-learning* no ensino superior tem como principais objetivos a melhoria da qualidade do ensino, o aumento da produtividade de alunos e professores, a diversificação de públicos e também o reforço da imagem da instituição.

Lemos (2011, p.21) acrescenta ainda que o ensino superior abrange um determinado público que quer desenvolver conhecimentos, “apostando na aprendizagem ao longo da vida e na atualização de competências num continuum que permita a progressão no atual mercado de trabalho, marcado pela concorrência e competitividade”. Também por este motivo, acredita-se que o *e-learning* se torne uma vantagem competitiva e, como tal, uma mais-valia para as instituições do ensino superior. Apesar disto, Cardoso, Pimenta e Pereira (2008, citados por Lemos, 2011) chamam à atenção para o facto de que essas instituições, mesmo sendo vistas como impulsionadoras de conhecimento e de grandes mudanças sociais, são também organizações com grande resistência à mudança interna.

Tendo isso em mente, considera-se que a adoção alargada do *e-learning* será um processo complexo e moroso que irá obrigar a ultrapassar a resistência e que irá também colocar inúmeros desafios às instituições em todos os aspetos, nomeadamente a nível de apoio técnico e infraestruturas, gestão administrativa, competências, recursos pedagógicos, entre outras (Gomes, 2008).

Ainda assim, em Portugal, tem-se presenciado o esforço das instituições do ensino superior para alargar a oferta de *e-learning* com o intuito de se aproximarem das necessidades do seu atual público, modernizar as instituições, estender a internacionalização da oferta educativa, aumentar a qualidade e o sucesso académico e melhorar o nível de empregabilidade dos estudantes (Lemos, 2011).

É o caso da Universidade de Aveiro, da Universidade Nova de Lisboa (em que o curso de Informação Geográfica é completamente ministrado online), a Universidade do Minho, a Universidade Católica, a Universidade do Porto, a Universidade Técnica de Lisboa, a Universidade de Évora, o Instituto Politécnico do Porto ou a Escola Superior de Tecnologia de Viseu (Brandão, 2004).

A Universidade Aberta foi pioneira na introdução do *e-learning* em Portugal, tendo sido feita essa implementação na década de 80. Entretanto, um pouco por todo o país e em universidades e institutos politécnicos de prestígio em Portugal, começa já a ser implementado o *e-learning* como metodologia de ensino, sendo que existem já cursos específicos que são apenas lecionados *online*. No entanto, esta integração não tem vindo a ser pacífica, existindo ainda vários obstáculos à integração eficiente das novas tecnologias da informação e comunicação nas práticas quotidianas de alunos e professores (Gonçalves, 2011).

Foi sobretudo com o Processo de Bolonha que começaram a ser implementadas as metodologias de ensino a distância e as várias plataformas existente para o efeito, reconhecendo-se o “potencial do *e-learning* na implementação de práticas pedagógicas que contribuam para operacionalizar e maximizar alguns dos princípios associados ao processo de Bolonha” (Gomes, 2006; citada por Lemos, 2011, p.24).

Os principais obstáculos à integração do ensino a distância em Portugal, segundo Paiva, Figueira, Brás e Sá (2004; citados por Gonçalves, 2011), são: os recursos tecnológicos, para utilização de alunos e professores tanto nas escolas como nas habitações; a organização de

espaços e funcionalidades, que apresenta várias lacunas; e a organização de conteúdos programáticos que tem vindo a ser mal trabalhada, sendo que a formação dos intervenientes tem de mudar de forma a garantir boas motivações e capacidades em relação às novas tecnologias.

Apesar destes obstáculos, as práticas de *e-learning* têm vindo a impor-se como um meio adequado às necessidades atuais principalmente no que “concerne a uma gestão dos tempos e espaços de formação e de acesso à informação mais flexíveis ultrapassando as barreiras espaço-temporais associadas aos contextos de formação exclusivamente presenciais” (Monteiro & Gomes, 2009, p.5962-5963).

Como afirma Lemos (2011, p.22) “*A utilização das tecnologias nos processos educativos e o incentivo ao desenvolvimento de práticas letivas tecnologicamente enriquecidas, ao nível do Ensino Superior, é um aspeto central nas normativas europeias*”. Foi devido a estas influências externas bem como à implementação do Processo de Bolonha em Portugal, que se começou a dar importância e a implementar o *e-learning* nas instituições do ensino superior.

Abrantes (2011) assegura que a Declaração de Bolonha (1999, assinada por 29 países) constituiu um enorme passo para a globalização do ensino, tendo sido dessa forma que se sustentou uma reforma do ensino superior que veio dar resposta aos desafios atuais.

De acordo com Gomes (2006) o Processo de Bolonha veio reconhecer a importância do *e-learning* na implementação de práticas pedagógicas. A mesma autora realça que os traços característicos do *e-learning* vão de encontro aos princípios inerentes ao Processo de Bolonha: promoção de mobilidade; promoção da dimensão europeia do ensino superior; promoção da aprendizagem ao longo da vida; e maior envolvimento dos estudantes na gestão das Instituições do Ensino Superior.

Desde que em Portugal surgiu a Universidade Aberta, temos vindo a assistir a um crescimento exponencial nesse sentido, ainda que sejam poucas aquelas que se dedicam a promover a prática do *e-learning*. Isto deve-se sobretudo à dificuldade em implementar a utilização da tecnologia na prática diária de alunos e professores (Gonçalves, 2011). Além desta dificuldade, dos Santos (2009, p.35) aponta ainda para a elevada taxa de iliteracia da população portuguesa, para a implementação débil e pouco estruturada de projetos de formação à distância, fraca qualidade dos conteúdos formativos e também o descrédito que

ainda existe em Portugal sobre a real potencialidade do *e-learning*.

Casa Nova (2014, p. 58) evidencia que na Declaração de Bolonha foram emanados princípios interligados com a necessidade dos docentes repensarem a forma como “olham para o estudante e desenham o currículo e as suas estratégias para o ensino a distância”, mas ainda que esta tenha sido um dos principais pressupostos da Declaração, nem sempre tem sido visível nas instituições do ensino superior em Portugal.

Ainda assim, “o aumento da qualidade e a preocupação em satisfazer as expectativas dos estudantes é cada vez mais um imperativo nas instituições do Ensino Superior” (Casa Nova, 2014, p.61). No entanto, o autor destaca que em Portugal existe ainda um longo caminho a percorrer, fazendo referência a um persistente atraso quando comparado com vários países anglófonos.

2.8.1 Perspetivas futuras do *e-learning*

Tal como foi colocado em evidência anteriormente, a introdução das tecnologias de comunicação no processo de educação tornou-se não só uma realidade, como uma exigência da sociedade em mudança, que começa a mostrar aos indivíduos que é imperativo adquirirem novas competências que lhes permitam uma mudança na atitude face à aprendizagem e ao seu impacto na vida tanto pessoal como profissional (Monteiro, 2004).

Esta mudança de paradigma educacional irá consequentemente obrigar as instituições do ensino superior a criar formas inovadoras de conceber a sua função e papel na sociedade, sendo fundamental que abracem novas estratégias de natureza pedagógica e institucional (Monteiro, 2004). A nível pedagógico, essas alterações devem fazer-se notar pela criação de recursos a metodologias não presenciais, ao mesmo tempo que se incentiva o aluno a ser mais autónomo na própria aprendizagem e a adquirir um papel decisivo na sua vida académica, cabendo ao docente o papel de facilitador de recursos e de orientador no processo de aprendizagem do aluno (Monteiro, 2004).

O mesmo autor (p.150) refere ainda que a nível institucional será necessário ultrapassar as barreiras culturais e organizacionais que “têm a sua origem na mudança e no facto de se quebrarem relações de influência, poder e burocracias pessoais, profissionais e

administrativas” sendo que a resistência se coloca a par da tecnologia e em como esta poderá monitorizar as atividades letivas. Paiva (2013) relembra que a tecnologia só por si não será o suficiente para garantir a melhoria desejada no ensino, sendo imperativo que haja transformações concetuais ao nível das práticas pedagógicas.

Ainda assim, Lemos (2011) alega que já se verificam inúmeras mudanças no sentido de valorizar os ambientes pessoais de aprendizagem com a conjugação de aplicações ajustadas a estudantes, conteúdos e contexto, o que futuramente irá permitir descartar o centralismo acentuado na instituição, passando o foco para as necessidades dos estudantes.

Andrade (2006) afirma que a maior mudança que irá ocorrer no futuro diz respeito à forma como os materiais educacionais passarão a ser distribuídos por aqueles que querem aprender. A autora (p.30, citando Wiley, 2002) indica que “os objetos de aprendizagem (*LO's- Learning Objects*) são os precursores de uma próxima geração do *e-learning* devido ao seu potencial de reutilização e interoperabilidade”.

Paiva (2013) não tem dúvidas que em Portugal os investimentos ultimados em torno da melhoria da educação terão sempre um retorno positivo, uma vez que se trata de um país que ainda luta para ultrapassar o fosso que o separa de outros congéneres europeus relativamente aos níveis educativos dos cidadãos. Por este motivo, o investimento na educação deverá ser considerado prioritário e inadiável.

Prevê-se também que posteriormente o *e-learning* se afirme cada vez mais no ensino móvel (Pinto, 2009), tal como já tinha sido referido no capítulo II desta dissertação, ao mencionar o contexto de *m-learning*. Indubitavelmente, a tendência será para o crescimento do *m-learning*. Note-se que além do *m-learning*, também a aprendizagem social e colaborativa (através das redes sociais) será um ponto forte do *e-learning* num futuro próximo (Pinto, 2009).

“O *e-learning* apela à criatividade e eficácia, convocando mudanças tanto a nível individual como a nível organizacional” (Paiva, 2013, p.374) o que poderá provocar mudanças positivas no país e em cada um dos estudantes de *e-learning*.

3.1 Identificação e justificação da metodologia de estudo

De forma a dar resposta aos problemas indicados, considerei o inquérito por questionário como a metodologia mais adequada para reunir o conjunto de dados que almejo alcançar. Isto porque esta técnica permite-me receber diretamente do público-alvo em análise as respostas que se pretendem, ao mesmo tempo que se distingue como uma estratégia prática e de fácil compreensão, que se traduz em respostas curtas e simples (Ghiglione & Matalon, 1985).

Na elaboração do referido questionário foram traçados os objetivos da pesquisa, não descurando a população de interesse e o tipo de dados a serem recolhidos. Além disso, definiu-se a melhor estratégia para aplicar o questionário, sendo imprescindível que o mesmo fosse testado ainda antes de ser divulgado. Assim que se procedeu à recolha dos dados, estes foram então trabalhados e analisados (Schonlau, Fricker & Elliott, 2002).

Ao longo deste processo houve um recurso contínuo à pesquisa exploratória, uma vez que é fundamental que se entenda a natureza do problema e que se explorem as possíveis hipóteses alternativas e as variáveis relevantes (Malhotra & Banks, 1999). Esta é uma investigação do tipo correlacional, cujo fim é o de estabelecer quais as variáveis mais importantes do estudo e qual a relação entre elas (Malhotra & Banks, 1999).

Assim sendo, ficou definido que os dados iriam ser obtidos através de um questionário a ser aplicado e enviado via *online*. Estimou-se que este método fosse o mais adequado uma vez que apresenta várias vantagens quando comparado a outros métodos de divulgação de questionários: tem potencial de resposta rápida; as pessoas têm tempo para ponderar as respostas; e apresenta um custo baixo ou nulo inerente à sua divulgação (Fowler, 2009). O questionário contém um *link* ao qual o inquirido acede através de vários meios como o Facebook ou *email*. Para formular o inquérito, recorreu-se ao auxílio da plataforma LimeSurvey, disponível através do *site* do GAIE do ISCAP, sendo que todos os dados foram tratados em SPSS, ferramenta informática para tratamento estatístico.

O questionário é precedido por uma breve introdução, na qual são expostos os objetivos do mesmo, bem como é indicada a entidade do ensino superior a que pertença (ISCAP) e em que âmbito está inserido o estudo (dissertação do mestrado em Marketing Digital). Além disso, depois de assegurado o anonimato e confidencialidade de dados e respostas, é divulgado o tempo expectável necessário para responder às várias questões sendo as mesmas apresentadas

em seguida. As perguntas são fechadas e de caráter obrigatório (Ghilione & Matalon, 1985), sendo apenas necessário que o inquirido selecione a resposta que se adequa à sua situação. São também colocadas questões de acordo com a escala de Likert que “é composta por um conjunto de frases (itens) em relação a cada uma das quais se pede ao sujeito que está a ser avaliado para manifestar o grau de concordância desde o *discordo totalmente* até ao *concordo totalmente*” (Cunha; 2007, p.24). O questionário termina com o agradecimento pela participação e disponibilidade do inquirido.

3.1.1 Objetivos

Este questionário tem como objetivo principal verificar o grau de aceitação das licenciaturas em *e-learning* no ensino superior português por parte do consumidor (aluno). Ainda que seja este o objetivo em foco, aspira-se também responder aos problemas e objetivos específicos indicados no capítulo II desta dissertação.

De forma a colmatar os objetivos propostos, o questionário foi sujeito a uma divisão em cinco grandes partes, sendo que cada um delas pretende dar resposta aos objetivos traçados.

Assim, a primeira parte é composta por uma série de perguntas, colocadas para que seja possível fazer uma caracterização da amostra. São então utilizadas variáveis sociodemográficas inerentes à idade, sexo, situação profissional, se é ou foi estudante deslocado do local de residência, o tempo de deslocação casa/escola, se tem computador pessoal, se tem acesso à internet a partir de casa e, por fim, se já frequentou algum tipo de curso *online*.

A segunda parte do questionário pretende analisar detalhadamente o curso que o inquirido frequentou ou que se encontra ainda a frequentar. As questões apresentadas permitem determinar se foram disponibilizados conteúdos e apoio através de meios eletrónicos e em caso afirmativo quais os meios utilizados; se a forma como foram disponibilizados esses conteúdos é a adequada às necessidades e quais seriam os meios apropriados para a distribuição dos conteúdos, do ponto de vista do consumidor e por último qual a melhor forma de fazer chegar esses conteúdos aos alunos (consumidores).

Nas restantes partes do questionário foram já introduzidas as variáveis teóricas como a recetividade, abertura e motivação questões associadas ao desejo ou não de efetuar um curso em regime de *e-learning*. Será através destas variáveis teóricas que serão obtidas as respostas necessárias para os objetivos traçados.

Com o objetivo de identificar a opinião da amostra sobre o *e-learning*, na terceira parte questionário o inquirido é confrontado com a questão de se caso o curso que frequentou ou está a frequentar estivesse disponível em *e-learning* se optaria por essa modalidade e quais as razões que o levariam ou não a fazer um curso em *e-learning*. É também questionado qual o valor que acha ser justo por uma licenciatura em *e-learning* e quais as áreas científicas em que seria adequada a aplicação do *e-learning*.

A quarta parte irá permitir-nos averiguar qual a perceção da amostra relativamente ao *e-learning* no ensino superior português, sendo que se solicita que indiquem qual pensam ser os maiores entraves à implementação do *e-learning* em Portugal, se consideram que o ensino português está preparado para lecionar os cursos oferecidos em *e-learning*, se pensam que o *e-learning* terá resultados positivos por parte dos alunos e se será expectável que alunos e professores se venham a adaptar com sucesso a esta modalidade, se consideram que o *e-learning* poderá atrair mais alunos ao ensino superior português e se poderia o *e-learning* ajudar a reduzir o abandono escolar atendendo à atual crise financeira que atravessa o nosso país.

Por fim, na quinta parte do questionário são abordadas questões que irão favorecer a análise da motivação que a amostra apresenta no que diz respeito a frequentar um curso em *e-learning*. O que pensam do *e-learning* comparativamente ao ensino presencial, o que o levaria a frequentar um curso em *e-learning*, qual a modalidade de ensino que prefere e se de futuro estaria disposto a efetuar um curso em *e-learning*, são as questões colocadas de forma determinar qual a motivação.

3.1.2 Amostra

A amostra é compreendida por pessoas que estejam atualmente a frequentar a licenciatura, que já estejam licenciados ou que tenham andado no ensino superior sem o ter concluído, bem como alunos que frequentam cursos *online*. Foi, portanto, uma amostragem por *clusters*,

através da qual se pretendeu obter uma amostra tão grande quanto possível dentro dos limites dos recursos disponíveis. Este inquérito, como já foi anteriormente referido, foi divulgado por meio da Internet, mais concretamente através da rede social Facebook e por *email*. Foi indicado explicitamente que se destina apenas a alunos a frequentar ou que tenham frequentado uma licenciatura ou já licenciados. Com este questionário, obteve-se uma amostra de 177 inquiridos.

3.1.3 Caracterização da amostra

Deste universo de 177 pessoas, 70.60% (125) são do sexo feminino e os restantes 29.40% (52) são do sexo masculino. No questionário optei por verificar a idade por intervalos, de forma a validar qual o intervalo de idades em que se encaixavam mais pessoas. Assim sendo, o intervalo representado por um maior número de inquiridos é o intervalo “23 a 29 anos” com uma taxa de 42.90% (76). De seguida, com “menos de 23 anos” temos 21.50% (38), com um intervalo de idades entre os “30 a 39 anos” temos uma percentagem de 16.90% (30), “40 a 49 anos” 11.90% (21) e por fim com “mais de 50 anos” temos 6.80% (12).

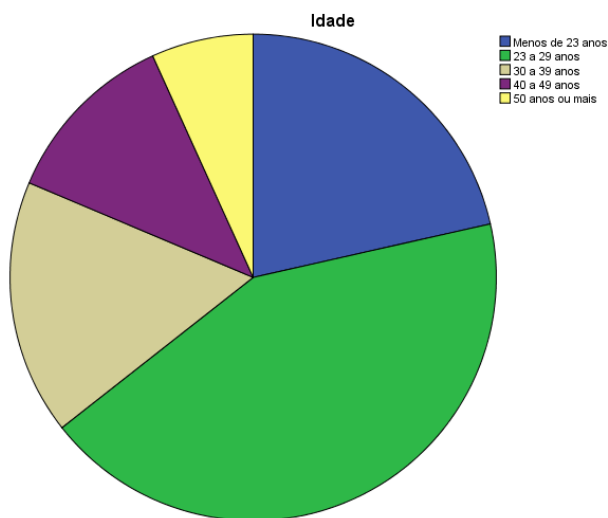


Gráfico 1 – Percentagem de idades da amostra

Quanto à situação profissional em que se encontram os inquiridos, podemos constatar o seguinte: 31.10% (55) encontra-se desempregado; 28.20% (50) é trabalhador-estudante;

33.90% (60) é trabalhador a tempo integral, sendo este o estado com maior percentagem; e apenas 6.80% é trabalhador a tempo parcial.

À pergunta “É ou foi estudante deslocado do local de residência”, 53.70% (95) respondeu negativamente, no entanto as respostas afirmativas não são muito díspares, situando-se nos 46.30% (82). Quanto ao tempo de deslocação casa/escola, uma clara maioria demora “entre 15 e 60 minutos”, com uma percentagem de 49.70% (88). Quis também validar a posse de computador e internet em casa por parte dos inquiridos e destes 98,90% (175) indicou que tem computador pessoal e a mesma percentagem (98.90%) indicou que tem internet a partir de casa.

Por fim, a última pergunta do questionário inserida no primeiro capítulo, serviu para verificar qual a percentagem da amostra que já tinha efetuado um curso *online* e dos 177 que responderam, 109 (61.60%) indicou que nunca fez um curso online, sendo que os restantes 68 (38.40%) afirmam já o ter feito.

De forma a obter um maior conhecimento sobre os inquiridos, foi também solicitado que respondessem a uma série de questões com o intuito de caracterizar o curso escolhido. Assim, foi questionado se no respetivo curso tiveram/têm acesso a meios eletrónicos e a quais caso a resposta fosse afirmativa. 88.10% (156) respondeu que sim, que teve/tem acesso a apoio letivo e conteúdos disponibilizados através de meios eletrónicos. Dos meios eletrónicos que foram dados como exemplos para seleção (Cd's, Dvd's, Plataformas LMS, Email, Redes Sociais e “Outros”) as plataformas LMS foram a opção mais selecionada com 81.40% (144), seguida do *email* com 68.90% (122) e das redes sociais que tiveram 38.40% (68). De destacar ainda que 4 pessoas acrescentaram ainda na opção “Outros” a dropbox, journals, pen, servidores de vídeo e o GoogleDocs.

Foi ainda questionado se a forma como os professores distribuíram/distribuem os conteúdos foi/é a adequada às necessidades e qual seria a melhor forma para o fazerem. Apenas 20.30% respondeu que não foi a melhor forma de ser feita a disponibilização dos conteúdos, sendo que os restantes 79.70% responderam positivamente.

Como meios mais apropriados para a distribuição de conteúdos, foram dadas como hipóteses para selecionar a via eletrónica, fotocópias, livros, e “outros”. A via eletrónica foi claramente a opção que os inquiridos consideram mais apropriada à distribuição dos conteúdos, tendo

obtido uma percentagem de 93.20% (165). Com menos percentagem de seleção, seguiram-se as fotocópias com 46.90% (83) e os livros com 42.90% (76).

Por fim, nesta segunda parte da caracterização, foi questionado quais acham ser os meios mais apropriados no que concerne ao apoio letivo e pedagógico prestado pelos professores, sendo que para avaliar esta variável foram dadas as seguintes opções: presencialmente, por *email*, através de plataformas LMS, através das redes sociais e ainda “outros”. Nesta pergunta os inquiridos deviam colocar as opções pela ordem da sua preferência. Para os respondentes, a forma presencial é, como se verificou, ainda a preferida quando toca a apoio letivo, tendo sido selecionada como primeira opção por 80.80% das pessoas. Seguiu-se como segunda opção as plataformas LMS, 61.60% (109); em terceiro lugar encontra-se o *email* com uma taxa de 57.10%; em quarto lugar estão as redes sociais com uma percentagem de 63.80% (113); e por fim a opção “outros” em quinto e último lugar com 84.20% (149), o que significa que ainda 28 pessoas preferem outras opções em detrimento das apresentadas.

Desta análise é de destacar o facto de as pessoas manifestarem preferência pela via eletrónica no que diz respeito à distribuição de conteúdos, mas, ainda assim, estimarem que o contacto presencial é imprescindível no que concerne ao apoio pedagógico.

Capítulo IV – Tratamento e análise de dados

Depois de se ter procedido à caracterização da amostra e à descrição da licenciatura que esta frequentou, segue-se agora uma análise dos restantes dados recolhidos e que pretendem dar resposta às questões levantadas ao longo da dissertação. Como foi referido anteriormente, todos os dados foram tratados com recurso ao SPSS, tendo sido efetuados 3 tipos de testes. Para todas as perguntas foi efetuado o teste de frequências, sendo que foi possível obter as tabelas que nos apresentam não só o número de vezes como a percentagem obtida através de cada resposta às questões colocadas (Pestana & Gagueiro, 2003).

Após a recolha de todos esses dados, foi essencial fazer outros testes que permitissem dar resposta às questões levantadas ao longo da dissertação. Nesse sentido, em alguns casos foi necessário relacionar duas variáveis e, para isso, foram feitos dois testes de relação de variáveis. O teste de Kolmogorov-Sminorv (K-S) permite verificar a relação entre uma variável nominal e uma variável do tipo ordinal, enquanto o teste do Chi-Quadrado permite verificar a relação entre duas variáveis nominais (Pestana & Gagueiro, 2003).

Para começar, é imprescindível que se faça um levantamento sobre a opinião dos consumidores (inquiridos) face ao *e-learning*, sendo que foram colocadas algumas questões que permitem obter uma perceção relativamente à posição da amostra em relação a esse modelo de ensino.

A primeira pergunta da terceira parte do questionário “caso a licenciatura que frequenta/frequentou estivesse disponível em regime *e-learning* consideraria escolher essa modalidade?” indica-nos qual a disposição da amostra para frequentar um curso nesse regime, sendo que, através dos dados recolhidos, podemos constatar que a opinião está dividida, pois 42.40% (75) estariam dispostos a fazer a sua licenciatura por *e-learning*, enquanto 57.60% (102) não revela interesse. O gráfico seguinte ilustra estas percentagens:

Caso a licenciatura que frequenta/frequentou estivesse disponível em regime de e-learning (exclusivamente online), consideraria escolher essa modalidade?

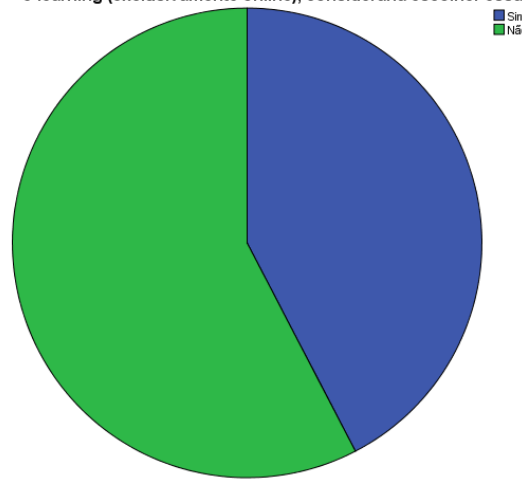


Gráfico 2- Disponibilidade para frequentar um curso em *e-learning*.

Há diferentes motivos que podem estar inerentes a estas respostas. Por isso, caso a resposta fosse afirmativa, na pergunta seguinte solicita-se que indiquem quais os motivos que os levariam a realizar um curso *online*. Em caso de resposta negativa, a pergunta seguinte procura explorar os motivos pelos quais não gostariam de frequentar o curso em modelo de *e-learning*. Em ambas as situações foram sugeridas várias opções para seleccionar, caso se identificassem com alguma delas. A tabela abaixo indica a percentagem de consumidores que corresponde a cada uma das opções disponíveis no caso de na pergunta anterior ter respondido afirmativamente.

Tabela 6 – Razões para optar por uma licenciatura em *e-learning*.

Que razões o levariam a optar por uma licenciatura em regime *e-learning*?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Distância entre a residência/local de trabalho para a instituição de ensino		42	23,7	23,7
Custos de transporte/alimentação/aluguer de apartamento		47	26,6	26,6
Não ter de mudar de localidade de residência		26	14,7	14,7
Facilidade na utilização da tecnologia de suporte ao curso		42	23,7	23,7
Gestão mais fácil e autónoma do horário		60	33,9	33,9
Maior independência no estudo e aprendizagem		42	23,7	23,7
Melhor acesso a conteúdos e informação		20	11,3	11,3
Aprender a ritmo próprio		32	18,1	18,1
Outras:	Preço	2	0,12	0,12
	Racionalizar o estudo naquilo que é realmente importante: o estudo	1	0,6	0,6

Tal como podemos verificar, a “Gestão mais fácil e autónoma do horário” foi a opção que obteve maior adesão com 33.90% (60), seguindo-se os “Custos de transporte/alimentação/aluguer de apartamento” com 26.60% (47). É importante referir que uma vez que esta questão foi dirigida apenas aqueles que responderam “sim” na pergunta anterior, as opções apresentadas só estiverem disponíveis para 75 dos inquiridos.

Quanto aos motivos pelos quais não estariam dispostos a fazer um curso em *e-learning*, a larga maioria declara que “Prefiro o ensino presencial e a presença de estudantes e professores”, com 51.40% (91), seguindo-se “o estilo de aprendizagem não é o adequado às minhas necessidades”, com 23.70% (42).

É importante realçar que as respostas a esta questão foram também muito dirigidas para a opção “outros” com motivos como: “a forte componente prática de determinadas áreas de estudo não permitem frequentar uma licenciatura não presencial”; “as licenciaturas implicam muitos trabalhos de grupo os quais são mais fáceis fazer presencialmente”; “apenas *online* não

é suficiente”; “o facto de os cursos *online* não terem presenças obrigatórias e ser possível gerir o próprio horário, faz com que se seja desleixado, o que não acontece quando há o compromisso de ir às aulas, mesmo quando não há faltas resulta melhor e obtém-se melhores resultados”; “não existem muitos tutores especializados em *e-learning*”.

Quanto ao custo que os consumidores estariam propensos a pagar por uma licenciatura em regime *e-learning*, 81.90% (145) indicam que estariam dispostos a pagar menos do que numa licenciatura presencial, seguindo-se 9.60% (17) que estariam dispostos a pagar o mesmo e 7.90% (14) que não estaria sequer disposto a pagar por uma licenciatura nesse regime. Apenas um inquirido (0.60%) indicou que estaria disposto a pagar mais do que numa licenciatura presencial. Tendo em conta os dados obtidos nesta pergunta, é possível constatar que o consumidor não atribui ainda valor suficiente ao *e-learning* para que esteja disposto a pagar mais ou até o mesmo por uma licenciatura nesse regime.

Quando algum serviço é valorizado e tem reputação e reconhecimento no mercado, o consumidor está realmente disposto a pagar mais quando é necessário escolher entre várias possibilidades, o que neste caso não acontece. A corroborar esta afirmação temos o facto de que 30 pessoas em 102 inquiridos (ou seja, uma percentagem de 16.90%) dizem que não estavam dispostas a fazer o curso *e-learning* por considerarem que esses cursos não têm prestígio.

Posto isto, procura-se perceber se haveria uma maior adesão aos cursos *e-learning* no caso de as universidades lançarem esses cursos com um valor inferior ao da licenciatura em regime presencial, situação que poderia potenciar quer a competitividade das universidades quer a reputação do *e-learning*.

Ainda no sentido de avaliar a opinião dos consumidores face ao *e-learning*, procurou-se que os inquiridos indicassem quais as áreas do ensino superior em que seria viável a implementação das licenciaturas em *e-learning*. Para a grande maioria, 92.10% (163), o *e-learning* apenas é viável em algumas das áreas científicas, tendo os restantes afirmado que seria possível aplicar a todas as áreas. De forma a aprofundar esta questão, na pergunta seguinte os inquiridos deveriam indicar, de acordo com a escala de Likert, qual o grau de adequabilidade para cada uma das áreas. Nos gráficos seguintes podemos visualizar as percentagens inerentes a cada uma das áreas.

Relativamente a disciplinas no âmbito das Ciências Naturais, a larga maioria, que se situa entre o “totalmente desadequado” e o “adequado”, acredita que não seria possível aplicar o *e-learning* a esta área, sendo que entre essas duas possibilidades, foi obtida uma percentagem de 76.60% (132) e apenas uma minoria acha que seria totalmente adequado, 1.70% (3).

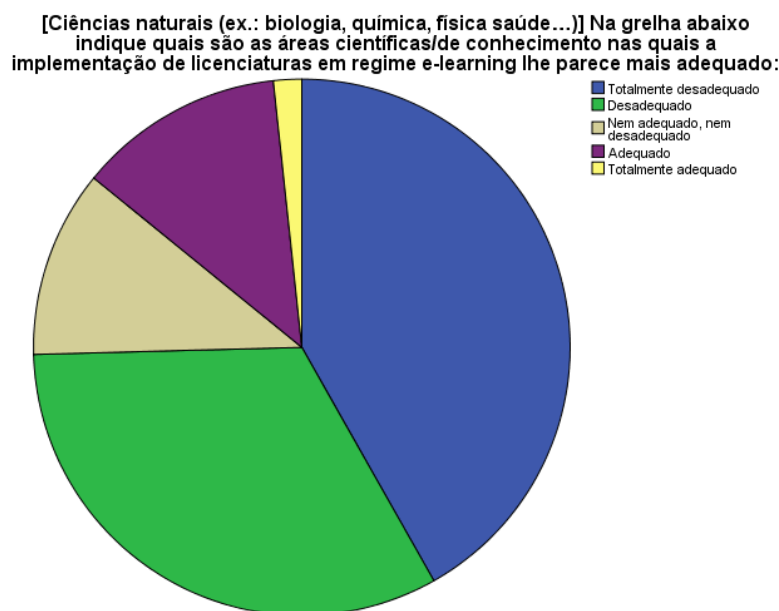


Gráfico 3 – Adequabilidade do *e-learning* às Ciências Naturais.

No que diz respeito às matemáticas e ciências da computação a opinião divide-se, sendo que 31.60% (56) pensa ser adequado, mas há uma maior aproximação, relativamente à área anterior, com o considerado desadequado com 22.60% (40) enquanto as restantes alternativas têm, também elas, pouca discrepância.

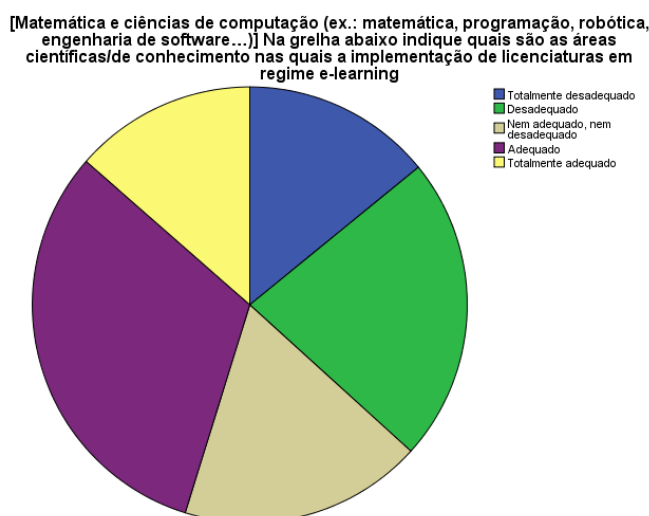


Gráfico 4- Adequabilidade do *e-learning* à matemática e ciências da computação.

No que concerne às ciências sociais, a amostra já concorda que se poderá aplicar o *e-learning*, tendo 45.80% (81) indicado que se adequa. Já 24.90% (44) consideram que se adequa totalmente.

[Ciências sociais (ex.: história, antropologia, comunicações...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning lhe parece mais adequado:

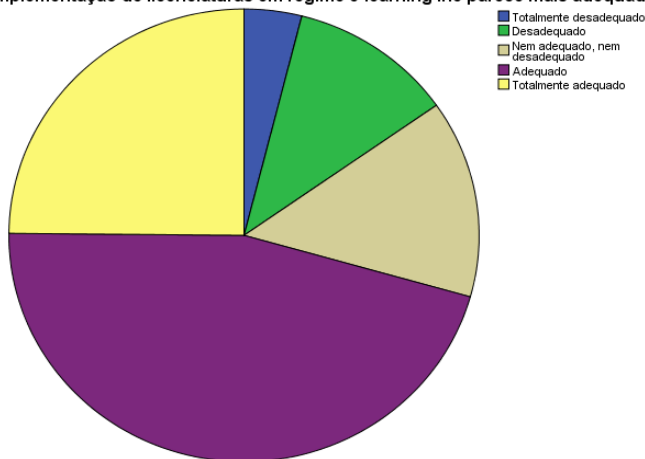


Gráfico 5 - Adequabilidade do *e-learning* às Ciências sociais.

Quanto às ciências sociais aplicadas, existe novamente uma divisão de opinião pois, enquanto 30.50% (54) pensa ser adequado, 25.40% (45) afirma que é desadequado.

[Ciências sociais aplicadas (ex.: economia, gestão, direito, ciências contábeis, arquitetura...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning lhe parece m

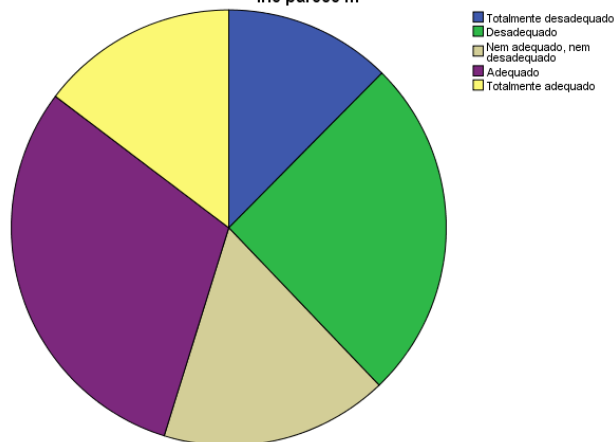


Gráfico 6 - Adequabilidade do *e-learning* às Ciências sociais aplicadas.

Nas ciências aplicadas, a maioria dos consumidores concorda que é totalmente desadequado com 49.70% (88) e ainda desadequado com 28.80% (51).

[Ciências aplicadas (ex.: educação física, ciências militares...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning lhe parece mais adequado:

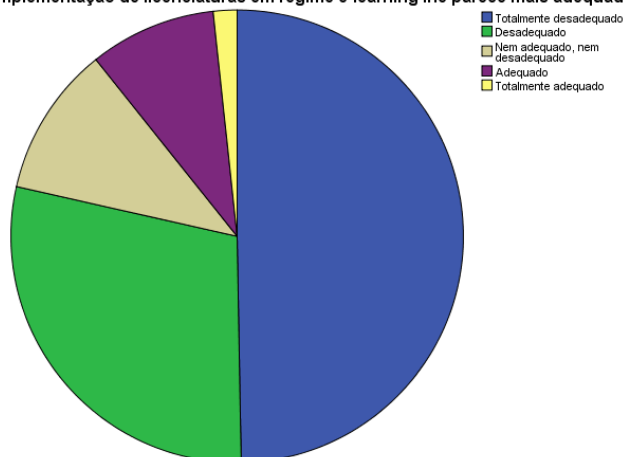


Gráfico 7 - Adequabilidade do *e-learning* às Ciências aplicadas.

Através dos dados recolhidos é possível constatar que os inquiridos consideram que as áreas científicas com uma vertente mais prática, como as ciências naturais e as ciências aplicadas, não se adequam ou são pouco adequadas a serem lecionadas em regime de *e-learning*. No entanto, têm uma opinião diferente no que toca às áreas científicas mais teóricas, concordando que o *e-learning* poderá ser aplicado. Estes dados levam a crer que perante cursos com forte componente teórica poderia haver abertura para uma migração das disciplinas por parte dos consumidores.

Na quarta parte do questionário, avaliou-se a perceção dos consumidores face à situação do *e-learning* em Portugal. Assim, em primeiro lugar solicitou-se que comunicassem quais pensam ser os maiores entraves ao *e-learning* em Portugal, sendo que lhes foram sugeridas algumas opções, das quais deveriam seleccionar aquelas com que estivessem de acordo. A maioria dos consumidores seleccionou a opção “aceitação pelo mercado de emprego da licenciatura”, 80.80% (143), o que coloca novamente em causa a questão já debatida anteriormente relativamente à reputação dos cursos em *e-learning* visto pelos consumidores.

De seguida aparece-nos a “resistência à mudança” com 57.60% (102). Já 82 das pessoas (46.30%) seleccionou a opção “estilo de aprendizagem”. Há 41.80% (74) que acreditam que o principal entrave à implementação do *e-learning* no ensino superior português deve-se à

aceitação por parte dos professores e 32.20% (57) pensa que serão os estudantes que não o aceitarão tão bem. A outra opção mais escolhida pelos inquiridos foi a “maturidade dos estudantes”, sendo que 39% (69) julgam que o facto de os alunos não terem ainda maturidade suficiente para uma aprendizagem mais autónoma, será um entrave à implementação do regime *e-learning*.

As percentagens das restantes opções poderão ser visualizadas nos anexos. Da análise a esta pergunta, é possível constatar uma vez mais que a principal renitência à aceitação do *e-learning* passa pelo facto de o consumidor não valorizar a licenciatura em *e-learning* com prestígio suficiente para ser aceite no mercado de trabalho, o que se confirma com a forte resistência à mudança que ainda existe no país relativamente às novas tecnologias quando aplicadas ao ensino, que foi, aliás, a segunda opção mais seleccionada. Para os consumidores, também os principais atores do ensino, professores e alunos, são obstáculos à implementação do *e-learning* no ensino superior português.

A segunda questão desta quarta parte do inquérito solicitou aos consumidores que indicassem, de acordo com a escala de Likert, o seu grau de concordância com cinco afirmações indicadas. Na primeira afirmação “considero que o ensino superior português está preparado para leccionar os cursos que oferece em regime *e-learning*”, é possível constatar que 55.40% (97), se situam entre o “discordo totalmente” e o “discordo” e pensa que o ensino superior português não está preparado para implementar o *e-learning*.



Gráfico 8 – Concordância relativa à preparação do ensino superior português para leccionar cursos *e-learning*.

Relativamente à afirmação “considero que o *e-learning* poderá ter resultados positivos na aprendizagem por parte dos alunos” a opinião já é diferente, sendo que entre o “concordo” e o “concordo totalmente”, 66.10% (117) dos consumidores já pensam que poderá realmente ser benéfico.

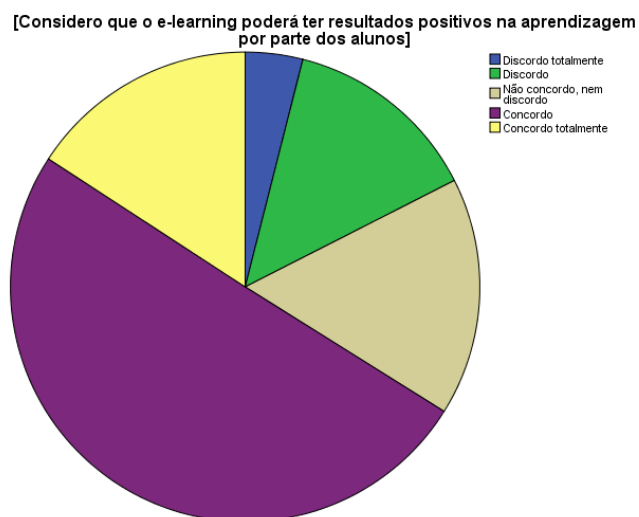


Gráfico 9 – Concordância relativa à possibilidade de o *e-learning* ser benéfico para os alunos. Na terceira afirmação “considero que é expectável que tanto alunos como professores se venham a adaptar com sucesso a esta modalidade de ensino em Portugal”, uma vez mais a maioria manifesta concordância. Entre o “concordo” e o “concordo totalmente”, 54.80% (97) pensa que os principais atores do ensino se irão adaptar ao *e-learning*.



Gráfico 10 – Concordância relativa à adaptação dos principais atores do ensino ao *e-learning* em Portugal.

Quanto ao “considero que o *e-learning* poderá atrair mais alunos para o ensino superior português”, a maioria também diz concordar com a afirmação, sendo que entre o “concordo” e o “concordo totalmente”, 63.90% (113) acredita que o *e-learning* poderá realmente ser mais competitivo e atrair mais alunos às instituições de ensino superior portuguesas.

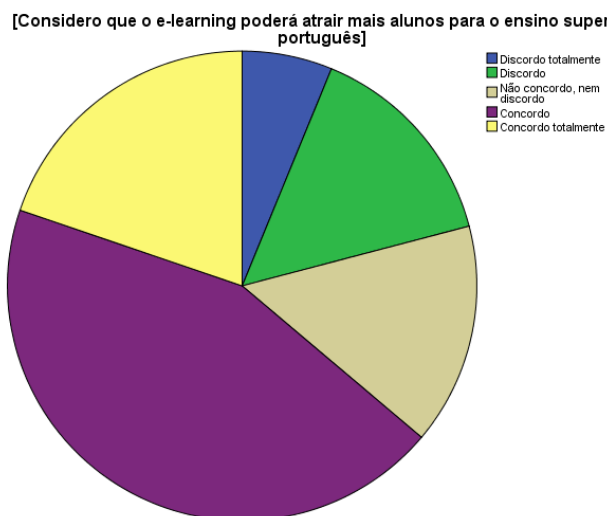


Gráfico 11 – Concordância relativa à atração do *e-learning* por parte dos alunos ao ensino superior português.

Por último, à afirmação “considero que, atendendo à atual crise económica portuguesa, a implementação de cursos em regime *e-learning* poderia ajudar a reduzir o abandono dos alunos do ensino superior”, a larga maioria, 74% (131, entre o “concordo” e o “concordo totalmente”) concorda que poderia ser de facto uma ajuda para combater esse abandono.

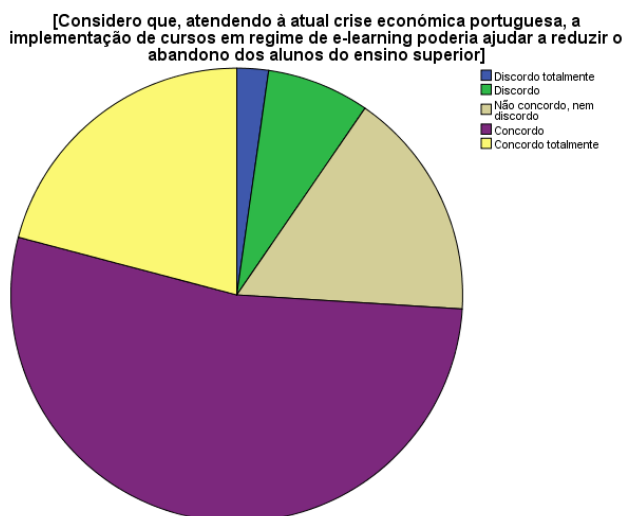


Gráfico 12 – Concordância relativamente ao *e-learning* poder reduzir o abandono do ensino superior português.

Com a análise dos dados obtidos na parte quatro do questionário, é possível verificar que, mesmo que os consumidores estivessem dispostos a fazer a sua licenciatura em *e-learning*, sustentam a opinião de que a situação em Portugal poderá vir a apresentar algumas melhorias. Ainda assim, acreditam que atualmente o país ainda não está preparado para administrar as suas licenciaturas em *e-learning*.

Os consumidores acreditam que o *e-learning* irá ter resultados positivos a nível da aprendizagem por parte dos alunos e que estes (e também os professores) se irão adaptar positivamente a esta modalidade e com ela atingir o sucesso. Para os inquiridos, o *e-learning* poderá atrair mais alunos para o ensino superior, bem como evitar o abandono do mesmo. Existe, portanto, uma atitude positiva e um otimismo quanto à implementação das licenciaturas em *e-learning*.

Por fim, na quinta e última parte do questionário pretendeu-se verificar qual a motivação da amostra para frequentar um curso em *e-learning*. Questionou-se qual a opinião sobre o *e-learning* comparativamente ao ensino presencial, tendo sido indicadas 4 opções entre as quais os consumidores deveriam escolher as que estivessem de acordo com a sua opinião.

A opção mais selecionada foi “os cursos *online* são pouco reconhecidos no mercado”, 84.20% (149), ou seja, uma grande maioria volta a dizer que a reputação dos cursos em *e-learning* é um entrave quando comparado com o ensino presencial. Como segunda opção com mais adesão temos “o ensino *online* tem o mesmo rigor académico que o ensino presencial” com 25.40% (45).

Nesta primeira pergunta, destaca-se o facto de vários inquiridos terem optado por deixar a sua opinião na opção “outros” em que realçam o facto de não haver componente social no ensino online e é também questionado o rigor académico do *e-learning*. No entanto, existem também opiniões positivas, tendo sido indicado que se acredita na aceitação por parte dos estudantes, que tem elementos que não são possíveis de ter no ensino presencial, como a autonomia.

De seguida procurou-se saber quais seriam as motivações para frequentar um curso *online*. Das opções indicadas, os consumidores selecionaram em maioria a opção “frequentar um curso *online* pode ser uma boa forma de adquirir novos conhecimentos”, com 70.10% (124), seguindo-se a opção “frequentar um curso online pode ajudar a melhorar as minhas competências profissionais”, com 57,60% (102).

À pergunta “qual a modalidade de ensino que prefere” a maioria disse “prefiro frequentar um curso com ensino misto (presencial e *online*)” com 62.70% (111), tendo a opção “prefiro frequentar um curso com ensino totalmente *online*” obtido a menor percentagem, com 10.20% (18).

Com os resultados obtidos nesta questão e pelo facto de a preferência por frequentar um curso apenas *online* ter obtido a menor percentagem, é possível constatar que ainda não existe a possibilidade de substituir completamente o ensino com componente presencial por um ensino focado no *online*.

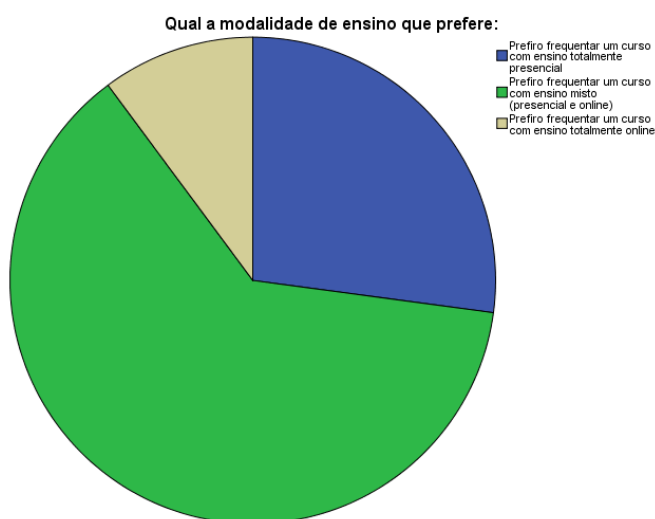


Gráfico 13 – Modalidade de ensino preferida pelos consumidores.

Por último, através da última pergunta do questionário pretendia-se perceber qual a disponibilidade da amostra para frequentar um curso em regime *e-learning* no futuro. Aqui, a maioria afirmou estar disponível para tal, com uma percentagem de 62.70% (111). No entanto, existe ainda algumas dúvidas, pelo que 29.90% (53) respondeu “não sei/não respondo”.

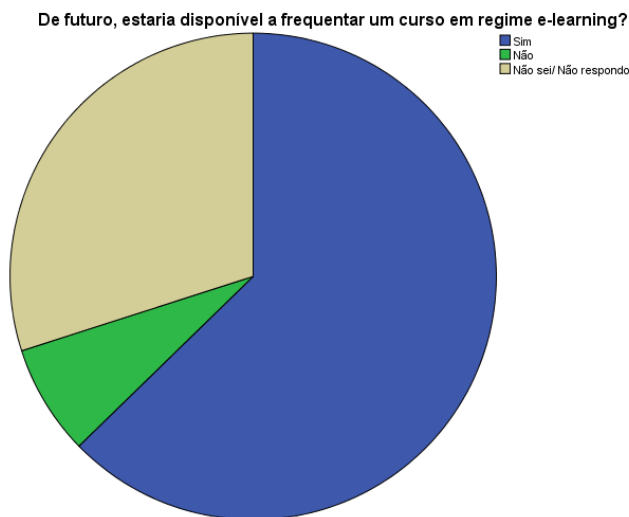


Gráfico 14 – Disponibilidade para frequentar um curso em *e-learning* no futuro.

O facto de apenas 13 pessoas (7.30%) terem indicado que não estariam dispostas a isso, pode mostrar positividade quanto ao futuro do *e-learning*.

Por outro lado, e após terem sido levados a cabo os testes adequados no SPSS com vista a relacionar variáveis nominais e ordinais (Kolmogorov-Sminorv), foi também possível chegar à conclusão que a idade é um fator determinante para a motivação dos alunos a frequentar um curso *online*.

Do teste realizado, houve uma significância estatística de 0,01 o que significa que é muito provável que os resultados obtidos não sejam obra do acaso (Malhotra & Birks, 1999), como é possível verificar nas tabelas seguintes que põem em evidência a percentagem da relação entre a variável “idade” e a variável “de futuro estaria disponível a realizar um curso *e-learning*?” (tabela 7) e a significância da relação entre essas duas variáveis (tabela 8).

Tabela 7 – Relação entre a idade e a disponibilidade a frequentar um curso em *e-learning* no futuro.

Idade * De futuro, estaria disponível a frequentar um curso em regime *e-learning*?
Crosstabulation

			De futuro, estaria disponível a frequentar um curso em regime <i>e-learning</i> ?			Total
			Sim	Não	Não sei/ Não respondo	
Idade	Menos de 23 anos	Count	18	5	15	38
		% of Total	10,2%	2,8%	8,5%	21,5%
	23 a 29 anos	Count	44	4	28	76
		% of Total	24,9%	2,3%	15,8%	42,9%
	30 a 39 anos	Count	23	2	5	30
		% of Total	13,0%	1,1%	2,8%	16,9%
	40 a 49 anos	Count	17	2	2	21
		% of Total	9,6%	1,1%	1,1%	11,9%
	50 anos ou mais	Count	9	0	3	12
		% of Total	5,1%	0,0%	1,7%	6,8%
	Total	Count	111	13	53	177
		% of Total	62,7%	7,3%	29,9%	100,0%

Tabela 8 – Significância estatística da variável “idade” relacionada com a disponibilidade a frequentar um curso *e-learning* no futuro.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,190	,057	-3,354	,001
	Gamma	-,343	,100	-3,354	,001
N of Valid Cases		177			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Ao visualizar a tabela 1 é possível depreender que o intervalo de idades entre os “23 a 29 anos” revela uma maior predisposição para fazer um curso *online* no futuro. É também de destacar que nenhuma pessoa com “50 anos ou mais” indicou que não estaria disposto a tal.

Com o objetivo de compreender se a motivação estará relacionada com a idade, também foi testada esta variável juntamente com a variável “qual a modalidade de ensino que prefere”.

Destes resultados, a significância estatística alcançada foi 0, o que significa que a idade é, sem dúvida, um fator determinante para a motivação, tal como se pode verificar na tabela seguinte.

Tabela 9 – Significância estatística da variável “idade” relacionada com a variável “qual a modalidade de ensino que prefere?”

Directional Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Symmetric	,299	,060	4,701	,000
	Idade Dependent	,356	,070	4,701	,000
	Somers' d Qual a modalidade de ensino que prefere: Dependent	,258	,054	4,701	,000

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Além de relacionar com a idade, as duas variáveis já indicadas, também foi relacionada com a variável “qual seria a sua motivação para frequentar um curso *online*?”. Das opções dadas nessa pergunta, existe significância estatística apenas na opção “frequentar um curso *online* pode ajudar a melhorar as minhas competências profissionais”. Assim sendo, a partir dos três testes efetuados é possível indicar a idade como um fator importante no que diz respeito à motivação para frequentar um curso em *e-learning*.

Capítulo V – Conclusão

Neste último capítulo, analisam-se de forma reflexiva os resultados atingidos e as implicações inerentes aos mesmos.

Depois de analisar os dados obtidos através do inquérito em causa, é possível agora expor algumas conclusões. Acima de tudo ficou claro que os consumidores acreditam que o *e-learning* pode vir a atrair mais alunos para o ensino superior português. Ainda assim, consideram que a resistência à mudança poderá manifestar-se como um fator impeditivo, ainda que concordem que tanto os alunos como os professores se irão adaptar sem dificuldades a este regime de ensino.

Os consumidores assumem que atualmente não estariam dispostos a frequentar um curso lecionado apenas em regime *online*, revelando que não estariam disponíveis para frequentar a sua licenciatura nesse regime. Isto demonstra que existe ainda uma preferência pelo ensino misto e o principal motivo para que isto se verifique prende-se com a reputação dos cursos em *e-learning*, isto é, os consumidores consideram que, nos dias de hoje, uma licenciatura em *e-learning* não é ainda valorizada no mercado de trabalho.

No entanto, apesar de não existir uma motivação externa que os leve a frequentar a licenciatura nesse regime, acreditam que isso teria efeitos benéficos na aprendizagem dos alunos e que poderia ser uma forma de adquirir novos conhecimentos e contribuir para a melhoria das competências profissionais. Na visão dos consumidores, o maior fundamento para que se frequente um curso *online* fixa-se no facto de o *e-learning* permitir que haja uma gestão mais fácil e autónoma do horário. Esta é realmente uma das maiores vantagens do *e-learning*, uma vez que torna possível aos alunos gerir o seu tempo como mais lhes convém.

Por ora, os consumidores não se disponibilizam para frequentar a licenciatura em regime *online*, mas a verdade é que apresentam várias indicações positivas relativamente ao *e-learning*, o que leva a crer que se a reputação destes cursos fosse de maior consideração no país, haveria uma maior disponibilidade para realizar o curso em *e-learning*.

Além da reputação, os consumidores não estão de acordo quanto à adequabilidade de todos os cursos ao *e-learning*, sendo que segundo a sua visão, apenas algumas áreas científicas seriam

adequadas à sua implementação, nomeadamente as áreas científicas com uma componente mais teórica como anteriormente já foi referido.

Foi também possível constatar que a idade é um fator determinante no que diz respeito à motivação para frequentar um curso *online* e, tal como foi possível averiguar no decorrer da dissertação, a motivação é um dos factores chave na hora da tomada de decisão relativamente à compra de um serviço por parte do consumidor.

No que concerne a custos, foi possível verificar que o consumidor ainda não atribui valor suficiente ao *e-learning* traduzindo-se na falta de predisposição para pagar mais ou o mesmo por um curso lecionado nesses moldes. Isto está associado ao facto de não crerem que tenha ainda reputação suficiente no mercado, o que consequentemente leva o consumidor a não ter intenção de investir. Seria interessante, em investigações futuras, verificar se ao promover as licenciaturas de *e-learning* a um preço inferior ao do mercado das licenciaturas em regime presencial/misto, haveria uma maior adesão e consequente aumento de reputação dos cursos *online*.

Ainda no seguimento dos dados analisados, tornou-se evidente que os consumidores não estão preparados para abraçar uma maior autonomia no processo de aprendizagem, uma vez que afirmam não estarem dispostos a frequentar a sua licenciatura em *e-learning*, ao mesmo tempo que assumem que têm preferência pelo ensino misto. Ainda assim, é de destacar que não colocam de parte a possibilidade de frequentarem futuramente um curso *e-learning* e consideram que não haverá entraves à sua implementação por parte dos principais intervenientes. Isto sustenta-se perante a última questão do questionário, à qual a maioria corrobora que no futuro estaria disponível para realizar cursos *online*, perspetivando-se assim um futuro risonho para o *e-learning*.

Referências Bibliográficas

Abrantes, S. (2011). *O m-learning no contexto do Ensino Superior – Uma proposta para a sua avaliação em ambientes colaborativos*. Universidade do Porto.

Alves, T. (2013). *Novos paradigmas de consumo e comunicação: o DIY e o poder ao consumidor*. Universidade Técnica de Lisboa.

Andrade, E. (2006). *O e-learning como uma modalidade de ensino a distância: análise de alguns casos*. Departamento de Ciência e Tecnologia, ISE.

Azevedo, C.; Ribeiro, P. & Gomes, S. (2011). *M-learning: o contributo dos podcasts na aprendizagem do inglês*. Escola Superior de Educação de Paula Frassinetti.

Azevedo, S. (2007). *O suporte a iniciativas e-learning no ensino superior: a universidade de Aveiro, um estudo de caso*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

Barata, L. (2011). *A nova abordagem do webmarketing aliada ao comportamento do consumidor*. Instituto Politécnico de Lisboa.

Barcelos, R. (2010). *Nova mídia, socialização e adolescência. Um estudo exploratório sobre o consumo das novas tecnologias de comunicação pelos jovens*. Universidade Federal do Rio grande do Sul.

Brandão, P. (2004). *Plataformas de e-learning no ensino superior: análise da situação atual*. Departamento de sistemas de informação, Universidade do Minho.

Caiado, A.M. (2010). *B-learning: implementação numa escola e sua avaliação*. Departamento de Ciências da Educação. Universidade de Aveiro.

Caldeira, T. (2010). Plataformas de *e-learning* no atual contexto de Bolonha: o caso da ESACB. *Agroforum*, nº18, 27-31.

- Campaniço, B. (2013). *Adoção de uma plataforma de e-learning no Ensino Superior: o caso da Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa*. Universidade de Lisboa.
- Carvalho, V. (2012). *Expetativas dos estudantes adultos do Ensino Superior a distância sobre a utilização de dispositivos móveis para a aprendizagem*. Departamento de Educação e Ensino a distância. Universidade Aberta.
- Casanova, D. (2014). *Aprendizagem potenciada pela tecnologia no Ensino Superior: contribuição de um referencial de qualidade*. Departamento de Educação e Departamento de Comunicação e Arte. Universidade de Aveiro.
- Certal, F. & Carvalho, A. (2011). Estudo sobre recetividade ao m-learning no ensino básico. VII Conferência Internacional de TIC na Educação. *Centro de Competência da Universidade do Minho*, p. 1427-1438.
- Correia, L. & Pinheiro, B. (2012). *E-learning: perspectiva histórica de um processo em curso*. *Revista de FLUP Porto*, v.2, 195-216.
- Cunha, L. (2007). *Modelos Rasch e Escalas de Likert e Thurstone na medição de atitudes*. Departamento de Estatística e Investigação Operacional, Universidade de Lisboa.
- Eger, L. & Egerová, D. (2013). *E-learning trends in Central Europe: the case of the Czech Republic*. *Knowledge Management & e-learning*, v. 5(3), 375-387.
- Farias, P. (2011). *As representações sociais e expetativas do professors do 3º ciclo e Ensino Secundário face à utilização da plataforma Moodle*. Universidade Aberta.
- Fernandes, R. (2009). Identificação de potenciais e-learners. Um contributo para a aplicação do e-elearning à educação médica contínua. *Cadernos de Saúde*, vol.2, nº2, 67-86.
- Ferrari, A. (2012). *Digital competence in practice: an analysis of frameworks*. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research of the European Commission.
- Ferreira, J. (2008). O design na era da aprendizagem virtual: para um estudo de design de plataformas de *e-learning*. Departamento de Comunicação e Artes. Universidade da Beira Interior.
- Fowler, F. (2009). *Survey research methods*. 4ª edição. USA: Sage Publications, Inc.

- Froemming, L. (2001). *Encontros de serviços em uma instituição de ensino superior*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Garrison, D. (2011). *E-learning in the 21st century- a framework for research and practice* (2ª edição). Nova Iorque: Routledge.
- Ghihlione, R. & Matalon, B. (1985). *O inquérito: teoria e prática*. 3ª edição. Oeiras: Celta.
- Gil, H. (2007). *A transição do e-learning para o m-learning: uma nova aposta e um novo desafio para o contexto educativo?!...* EATIS.
- Gomes, M.J. (2005). *Desafios do e-learning: do conceito às práticas*. Actas do VIII Congresso Galaico Português de PsicoPedagogia. Braga: CIED/IEP/UM, 66-76.
- Gomes, M.J (2006). *E-learning e educação online: contributos para os princípios de Bolonha*. Actas do VII Colóquio sobre questões curriculares – globalização e (des)igualdades: os desafios curriculares, 7. Centro de investigação em educação da Universidade do Minho, Braga
- Gomes, M.J. (2008). Reflexões sobre a adopção institucional do *e-learning*: novos desafios, novas oportunidades. *Revista E-Curriculum*, v.3, n.2.
- Gonçalves, A. (2001). *Uma plataforma de e-learning no Ensino Superior Nacional*. Departamento de Tecnologias de Informação e Comunicação e Educação, Universidade de Lisboa.
- Gonçalves, A. (2008). *O perfil do professor/tutor em cursos online*. Universidade Aberta.
- Gonçalves, B. (2013). *Mooc e b-learning: uma proposta para o mestrado em TIC na Educação e Formação do Instituto Politécnico de Bragança*. Departamento de Tecnologia da Informação e Comunicação. Instituto Politécnico de Bragança.
- Gonçalves, V. (2007). *e-learning: reflexões sobre cenários de aplicação*. Actas do IX Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação – Educação para o sucesso: políticas e atores, 1: 1-10.
- Gouveia, L. (2006). A necessidade de capacitar conhecimento para o território. *Revista e-ciência, T-Media*, nº19, 13-14.

- Hanson, D. (2003). Book review. *E-learning Strategies for delivering knowledge in the digital age* (Author: M. Rosemberg)(6). Colombus: the McGraw Hill Companies, Inc.
- Hiltz, S. & Turoff, M. (2005). The evolution of online learning and the revolution in higher education. *Communications of the ACM*, v.48, 59-64.
- Ibdaiwi, T. (2009). *Determinação das características de preferência dos alunos na escolha de uma instituição de ensino superior privada na cidade de Santa Maria – RS*. Universidade Federal de Santa Maria.
- Lauria, A. (2008). *Comportamento do consumidor em relação à educação a distância: abordagem funcional das atitudes aplicada ao marketing*. Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- Lemos, S. (2011). *Análise da satisfação de estudantes num curso e-learning no ensino superior*. Departamento de Tecnologias de Informação e Comunicação e Educação, Universidade de Lisboa.
- Lima, L. (2010). *VirtualClass: um ambiente de aprendizagem virtual como complemento da aprendizagem presencial numa disciplina do Ensino Secundário*. Instituto Politécnico de Bragança.
- Loureiro, A. (2006). *Aprendizagem híbrida: b-learning da sala de aula ao ciberespaço*. Departamento de Didática e Tecnologia Educativa. Universidade de Aveiro.
- Koetz, C. (2004). *O valor para o consumidor virtual – Análise da utilização da internet por meio de websites de empresas*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing: a edição do Novo Milénio*. 10ª ed. São Paulo: Prentice Hall.
- Malhota, N. & Briks, D. (1999). *Marketing research: na applied approach*. 3ª edição. Edinburgh Gate: Prentice Hall, Inc.
- Martins, C. (2013). *O impacto da internet no processo de decisão de compra do consumidor – o caso dos produtos turísticos*. Universidade Fernando Pessoa.

- Melo, F. (2010). *M-learning: Uma experiência usando o Quizionarium*. Universidade do Porto.
- Mesquita, M.J. (2007). *B-learning no ensino secundário recorrente: uma proposta baseada na construção do conhecimento*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro.
- Monteiro, J. (2004). *Proposta e discussão de um Modelo de e-learning para a ISCTE*. Departamento de Didáctica e Tecnologia Educativa e Departamento de Comunicação e Arte. Universidade de Aveiro.
- Monteiro, R. & Gomes, M. (2009). *Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia*. CIES- volume de Actas (ISBN 978-972-8746-71-1, 5962-5972). Braga: Universidade do Minho.
- Morais, N. (2006). *Ambiente virtual de aprendizagem num contexto b-learning*. Departamento de Didática e Tecnologia Educativa. Universidade de Aveiro.
- Moran, J. (2004). Perspectivas (virtuais) para a educação. *Mundo Virtual*, v. 6, 31-45.
- Morgado, L. (2001). O papel do professor em contexto online: problemas e virtualidades. *Discursos, III série, nº especial*, pp.125-138, Universidade Aberta.
- Oliveira, L. (2010). *Comportamento do consumidor de educação superior a distância: análise das características influenciadoras e do processo de compra numa instituição baiana de ensino superior privado*. Universidade Federal da Bahia.
- Paiva, A. (2013). *O universo em expansão: a formação de ativos com recurso a metodologias de e-learning*. Universidade Católica Portuguesa.
- Palloff, R. & Pratt, K. (2003). *The virtual student: a profile and guide to working with online learners*. San Francisco: Jossey-Bass. A Wiley Imprint.
- Pereira, A.; Quintas-Mendes, A. & Morgado, L. (2012). Educação on-line no Ensino Superior: um programa de doutoramento em educação à distância e *e-learning* na Universidade Aberta (Portugal). *Revista Teias*, v.13, 313-333.

- Pestana, M. & Gageiro, J. (2003). *Análise de dados para Ciências Sociais: a complementaridade do SPSS*. 3ª edição. Lisboa: Edições Sílabo.
- Petiz, S. (2006). *O e-learning como instrumento de inovação no ensino e na formação – o caso do Programa Aveiro Norte*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro.
- Pinto, C. (2009). *Bibliotecas 2.0 na formação profissional a distância*. Departamento de Comunicação e Arte. Universidade de Aveiro.
- Pires, V. (2007). *Ambientes virtuais: o uso da plataforma “Moodle” como auxiliar de prática docente no ensino secundário*. <http://repositorioaberto.univ-ab.pt/bitstream/10400.2/739/1/LC299.pdf>
- Ramos, C. (2010). *A atuação do consumidor na web e sua influência nos processos produtivos das organizações*. Departamento de Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Reis, Y. (2011). *A reputação nas instituições académicas e a sua relação com a satisfação e lealdade dos estudantes: a marca ISEG*. Universidade Técnica de Lisboa.
- Ribeiro S.P.M. (2007). *Concepção e implementação de um modelo em eLearning no ensino superior: estudo exploratório numa disciplina de inglês*. Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro.
- Rodrigues, J. (2007). *mSynapse: uso de m-learning no Ensino Superior*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro.
- Santos, V. (2009). *O jogo e a alternância de papéis formando/formador em e-learning: um novo modelo facilitador do processo de aprendizagem nas organizações*. Universidade do Minho.
- Silva, A. (2009). *Avaliação da metodologia b-learning no Mestrado de Multimédia em Educação da Universidade de Aveiro*. Departamento de Comunicação e Arte e Departamento de Didática e Tecnologia Educativa. Universidade de Aveiro.
- Silva, S. (2012). *Personalidade e comportamento de consumo*. Universidade do Algarve.

Sohonlau, M.; Fricker, R. & Elliot, M. (2002). *Conducting research surveys via e-mail and the web*. 1ª edição. Pittsburgh: Rand.

Soigné, C. (2009). *O recurso a meios digitais no contexto do ensino superior. Um estudo de uso da plataforma*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

Zarrabian, M. (2013). The *e-learning* market: it's about the learner, not the instructor!. Elearn Magazine, from : <http://elearnmag.acm.org/archive.cfm?aid=863930>

Zhang, D.; Zhao, J.; Zhou, L. & Nunamaker, J. (2004). Can *e-learning* replace classroom learning?. *Communication of the ACM*, v. 47, 75-79.

Apêndice 1 – Questionário

O presente questionário foi elaborado no âmbito da realização do trabalho de projeto de final de mestrado em Marketing Digital, no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Tem como objetivo principal verificar o **grau de aceitação das licenciaturas no Ensino Superior português em regime *e-learning* por parte dos principais atores do Ensino Superior (alunos e professores)**, bem como as tendências futuras e os desafios do *e-learning* em Portugal.

Agradeço desde já a sua participação e disponibilidade, pois o sucesso deste estudo depende da sua colaboração e da sinceridade das suas respostas..

Este questionário destina-se a pessoas licenciadas e que estão neste momento a frequentar ou já frequentaram uma licenciatura.

Todos os dados recolhidos serão utilizados única e exclusivamente para fins de investigação, garantindo assim o total anonimato e confidencialidade dos dados fornecidos.

Obrigada pela sua colaboração.

Questões

Parte 1 – Caracterização da amostra

1- Idade:

- ☐ Menos de 23 anos
- ☐ 23 a 29 anos
- ☐ 30 a 39 anos
- ☐ 40 a 49 anos
- ☐ 50 anos ou mais

2- Sexo:

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

3- Situação profissional:

- ☐ Desempregado;
- ☐ Trabalhador-estudante;
- ☐ Trabalhador a tempo integral;
- ☐ Trabalhador a tempo parcial.

4- É ou foi estudante deslocado do local de residência?

- ☐ Sim
- ☐ Não

5- Tempo de deslocação casa/escola:

- ☐ Menos de 15 minutos
- ☐ Entre 15 e 60 minutos
- ☐ Entre 1 e 2 horas
- ☐ Mais de 2h

6- Tem computador pessoal (computador de secretária, portátil ou *tablet*)?

- ☐ Sim
- ☐ Não

7- Tem acesso à internet a partir de casa?

- ☐ Sim
- ☐ Não

8- Já frequentou algum tipo de curso em *e-learning*?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Parte 2 - Caracterização do curso que tirou ou está a tirar

9- No decorrer da sua licenciatura teve/tem acesso a apoio letivo e conteúdos disponibilizados através de meio eletrónicos?

- ☐ Sim
- ☐ Não

10- [Se sim,] Por favor, indique quais os meios eletrónicos utilizados:

- ☐ Cd's
- ☐ Dvd's
- ☐ Plataformas LMS (Ex.: *Moodle*, *Blackboard*, etc.)
- ☐ *Email*
- ☐ Redes sociais
- ☐ Outros: _____

11- Considera que a forma como os seus professores disponibilizam os conteúdos é a adequada às suas necessidades?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não sei/ Não respondo

12- No que concerne a distribuição de conteúdos/textos de apoio/elementos de estudo, quais considera serem os meios mais apropriados?

- ☐ Via eletrônica
- ☐ Fotocópias
- ☐ Livros
- ☐ Outra: _____

13 - No que concerne ao apoio letivo e pedagógico prestado pelos professores (esclarecimento de dúvidas, diálogo com o professor, etc.), quais considera serem os meios mais apropriados? (selecione por ordem de preferência)

- ☐ Presencialmente (sala de aula, gabinete, etc.);
- ☐ Por *email*;
- ☐ Através de plataformas LMS (Ex. *Moodle, Blackboard*, etc.);
- ☐ Através das redes sociais (Ex.: *Facebook*).
- ☐ Outro: _____

Parte 3 - Opinião da amostra sobre o *e-learning*

14 - Caso a licenciatura que frequenta/frequentou estivesse disponível em regime de *e-learning* (exclusivamente online), consideraria escolher essa modalidade?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não sei/ Não respondo

15- [Se 14 = Sim] Que razões o levariam a optar por uma licenciatura em regime *e-learning*?

- ☐ Distância entre a residência/local de trabalho para a instituição de ensino
- ☐ Custos de transporte/alimentação/aluguer de apartamento
- ☐ Não ter de mudar de localidade de residência
- ☐ Facilidade na utilização da tecnologia de suporte ao curso

- ☐ Gestão mais fácil e autónoma do horário
- ☐ Maior independência no estudo e aprendizagem
- ☐ Melhor acesso a conteúdos e informação
- ☐ Aprender a ritmo próprio
- ☐ Outras: _____

16- [Se 14 = Não] Quais os motivos que o levariam a não querer frequentar uma licenciatura em regime *e-learning*?

- ☐ Dificuldades no uso da tecnologia
- ☐ Os cursos *e-learning* não têm prestígio
- ☐ O estilo de aprendizagem não é o adequado às minhas necessidades
- ☐ Prefiro o ensino presencial e a presença de estudantes e professores
- ☐ Outras: _____

17- Qual o custo que considera aceitável para uma licenciatura em regime *e-learning*?

- ☐ Menor do que numa licenciatura em regime presencial
- ☐ O mesmo que numa licenciatura em regime presencial
- ☐ Maior do que numa licenciatura em regime presencial
- ☐ Não estaria disposto a pagar

18- Considera que a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* é:

- ☐ Adequada a todas as áreas científicas/de conhecimento
- ☐ Adequada a apenas algumas áreas científicas/de conhecimento

19- Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* lhe parecem mais adequadas (Para cada área selecione o nível de adequabilidade: 1 corresponde a “totalmente desadequado, 5 corresponde a “totalmente adequado”):

- ☐ Ciências naturais (ex.: biologia, química, física saúde...)
- ☐ Matemática e ciências de computação (ex.: matemática, programação, robótica, engenharia de software...)
- ☐ Ciências sociais (ex.: história, antropologia, comunicações...)

- Ciências sociais aplicadas (ex.: economia, gestão, direito, ciências contábeis, arquitetura...)
- Ciências aplicadas (ex.: educação física, ciências militares...)
- Arte (ex.: artes plásticas, música...)

Parte 4 - Percepção da amostra sobre o *e-learning* no ensino superior português

20- Da lista seguinte, selecione aqueles que considera serem os maiores entraves à implementação do regime de *e-learning* no ensino superior em Portugal:

- ☐ Custo da licenciatura
- ☐ Aceitação pelo mercado de emprego da licenciatura
- ☐ Implementação do software necessário
- ☐ Aceitação por parte dos professores
- ☐ Aceitação por parte dos estudantes
- ☐ Maturidade dos estudantes
- ☐ Resistência à mudança
- ☐ Estilo de aprendizagem
- ☐ Fatores organizacionais, situacionais e institucionais
- ☐ Adequação do conteúdo
- ☐ Fatores pessoais ou disposicionais
- ☐ Outros: _____

21- Por favor, indique qual o seu grau de concordância com as afirmações abaixo:

(1 corresponde a “discordo totalmente” e 5 corresponde a “concordo totalmente”)

- a) **Considero que o ensino superior português está preparado para leccionar os cursos que oferece em regime *e-learning*.**
- b) **Considero que o *e-learning* poderá ter resultados positivos na aprendizagem por parte dos alunos.**

- c) **Considero que é expectável que tanto alunos como professores se venham a adaptar com sucesso a esta modalidade de ensino em Portugal.**
- d) **Considero que o *e-learning* poderá atrair mais alunos para o ensino superior português.**
- e) **Considero que, atendendo à atual crise económica portuguesa, a implementação de cursos em regime de *e-learning* poderia ajudar a reduzir o abandono dos alunos do ensino superior.**

Parte 5 - Motivação para frequentar um curso em *e-learning*

22- Comparativamente ao ensino presencial, qual a sua opinião sobre o *e-learning*? (pode seleccionar mais do que uma opção)

- ☐ Não existem diferenças entre o ensino presencial e o ensino *online*
- ☐ O ensino *online* tem o mesmo rigor académico que o ensino presencial
- ☐ Os cursos *online* são pouco reconhecidos no mercado
- ☐ A tecnologia utilizada no ensino *online* é complicada
- ☐ Outro: _____

23- Qual seria a sua motivação para frequentar um curso *online*?

- ☐ Frequentar um curso *online* pode ajudar a progredir na carreira
- ☐ Frequentar um curso *online* pode ser uma boa forma de adquirir novos conhecimentos
- ☐ Frequentar um curso *online* pode ajudar a melhorar as minhas competências profissionais
- ☐ Frequentar um curso *online* pode ajudar a melhorar as minhas condições económicas

24- Qual a modalidade de ensino que prefere:

- ☐ Prefiro frequentar um curso com ensino totalmente presencial
- ☐ Prefiro frequentar um curso com ensino misto (presencial e online)
- ☐ Prefiro frequentar um curso com ensino totalmente online

25- De futuro, estaria disponível a frequentar um curso em regime *e-learning*?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não sei/ Não respondo

Apêndice 2 – Análise de frequências SPSS

Idade

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de 23 anos	38	21,5	21,5	21,5
	23 a 29 anos	76	42,9	42,9	64,4
	30 a 39 anos	30	16,9	16,9	81,4
	40 a 49 anos	21	11,9	11,9	93,2
	50 anos ou mais	12	6,8	6,8	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Sexo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Feminino	125	70,6	70,6	70,6
	Masculino	52	29,4	29,4	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Tempo de deslocação casa/escola

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de 15 minutos	43	24,3	24,3	24,3
	Entre 15 e 60 minutos	88	49,7	49,7	74,0
	Entre 1 e 2 horas	27	15,3	15,3	89,3
	Mais de 2 horas	19	10,7	10,7	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Tem computador pessoal? (Computador de secretária, portátil ou tablet)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	175	98,9	98,9	98,9
	Não	2	1,1	1,1	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Tem acesso à Internet a partir de casa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	175	98,9	98,9	98,9
	Não	2	1,1	1,1	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Já frequentou algum tipo de curso em *e-learning*?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	68	38,4	38,4	38,4
	Não	109	61,6	61,6	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

No decorrer da sua licenciatura teve/tem acesso a apoio letivo e conteúdos disponibilizados através de meios eletrónicos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	156	88,1	88,1	88,1
	Não	21	11,9	11,9	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Por favor, indique quais os meios eletrónicos utilizados:

		Frequency	Percent	Valid Percent
<div>Cd's</div> <div>Dvd's</div> <div>Plataformas LMS</div> <div>Email</div> <div>Redes sociais</div> <div>Outro</div>		16	9,0	9,0
		13	7,3	7,3
		144	81,4	81,4
		122	68,9	68,9
		68	38,4	38,4
	Dropbox	1	0,6	0,6
	Journals	1	0,6	0,6
	Pen	1	0,6	0,6
		1	0,6	0,6
	Servidores de vídeo, Googles Docs, Sistemas tipo Dropbox			

Considera que a forma como os seus professores disponibilizam os conteúdos é adequada às suas necessidades?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	141	79,7	79,7	79,7
	Não	36	20,3	20,3	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

No que concerne a distribuição de conteúdos/textos de apoio/elementos de estudo, quais considera serem os meios mais apropriados?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Via eletrónica		165	93,2	93,2
Fotocópias		83	46,9	46,9
Livros		76	42,9	42,9
Outro	Fórum, blogues	1	0,6	0,6
	Página da internet	2	0,12	0,12
	Vídeos	1	0,6	0,6

No que concerne ao apoio letivo e pedagógico prestado pelos professores, quais considera serem os meios mais apropriados?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Presencialmente	1ª posição	143	80,8	80,8
Através das plataformas LMS	2ª posição	109	61,6	61,6
Email	3ª posição	101	57,1	57,1
Através das redes sociais	4ª posição	113	63,8	63,8
Outras	5ª posição	149	84,2	84,2

Caso a licenciatura que frequenta/frequentou estivesse disponível em regime de *e-learning* (exclusivamente *online*), consideraria escolher essa modalidade?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	75	42,4	42,4	42,4
	Não	102	57,6	57,6	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Que razões o levariam a optar por uma licenciatura em regime *e-learning*?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Distância entre a residência/local de trabalho para a instituição de ensino		42	23,7	23,7
Custos de transporte/alimentação/aluguer de apartamento		47	26,6	26,6
Não ter de mudar de localidade de residência		26	14,7	14,7
Facilidade na utilização da tecnologia de suporte ao curso		42	23,7	23,7
Gestão mais fácil e autónoma do horário		60	33,9	33,9
Maior independência no estudo e aprendizagem		42	23,7	23,7
Melhor acesso a conteúdos e informação		20	11,3	11,3
Aprender a ritmo próprio		32	18,1	18,1
Outras:	Preço	2	0,12	0,12
	Racionalizar o estudo naquilo que é realmente importante: o estudo	1	0,6	0,6

Quais os motivos que o levariam a não querer frequentar uma licenciatura em regime *e-learning*?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Dificuldades no uso da tecnologia		3	1,7	1,7
Os cursos <i>e-learning</i> não têm prestígio		30	16,9	16,9
O estilo de aprendizagem não é o adequado às minhas necessidades		42	23,7	23,7
Prefiro o ensino presencial e a presença de estudantes e professores		91	51,4	51,4

Outras:	A forte componente prática de determinadas áreas de estudo não permitem frequentar uma licenciatura não presencial.	1	0,6	0,6
	A minha licenciatura implicou muito trabalho em grupo o que é mais fácil fazer presencialmente	1	0,6	0,6
	Apenas online não é suficiente	1	0,6	0,6
	Não haver presenças obrigatórias e poder gerir o horário faz com que haja desleixo	1	0,6	0,6
	Não existem muitos tutores especializados em <i>e-learning</i>	1	0,6	0,6
	O ensino presencial é por si só uma ferramenta de networking e de experiência directa com futuros profissionais que se irão inserir no mesmo mercado de trabalho que eu	1	0,6	0,6
	São menos eficazes	1	0,6	0,6

Qual o custo que considera aceitável para uma licenciatura em regime *e-learning*?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menor do que numa licenciatura em regime presencial	145	81,9	81,9	81,9
O mesmo que numa licenciatura em regime presencial	17	9,6	9,6	91,5
Valid Maior de que numa licenciatura em regime presencial	1	,6	,6	92,1
Não estaria disposto a pagar	14	7,9	7,9	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Adequada a todas as áreas científicas/de conhecimento] Considera que a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* é:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não Seleccionado	159	89,8	89,8	89,8
Sim	18	10,2	10,2	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Adequada a apenas algumas áreas científicas/de conhecimento] Considera que a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* é:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não Seleccionado	14	7,9	7,9	7,9
Sim	163	92,1	92,1	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Ciências naturais (ex.: biologia, química, física saúde...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* lhe parece mais adequada:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Totalmente desadequado	74	41,8	41,8	41,8
Desadequado	58	32,8	32,8	74,6
Nem adequado, nem desadequado	20	11,3	11,3	85,9
Adequado	22	12,4	12,4	98,3
Totalmente adequado	3	1,7	1,7	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Matemática e ciências de computação (ex.: matemática, programação, robótica, engenharia de software...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* lhe parece mais adequada:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente desadequado	25	14,1	14,1	14,1
Desadequado	40	22,6	22,6	36,7
Nem adequado, nem desadequado	32	18,1	18,1	54,8
Adequado	56	31,6	31,6	86,4
Totalmente adequado	24	13,6	13,6	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Ciências sociais (ex.: história, antropologia, comunicações...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* lhe parece mais adequada:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente desadequado	7	4,0	4,0	4,0
Desadequado	20	11,3	11,3	15,3
Nem adequado, nem desadequado	25	14,1	14,1	29,4
Adequado	81	45,8	45,8	75,1
Totalmente adequado	44	24,9	24,9	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Ciências sociais aplicadas (ex.: economia, gestão, direito, ciências contábeis, arquitetura...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* lhe parece mais adequada:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente desadequado	22	12,4	12,4	12,4
Desadequado	45	25,4	25,4	37,9
Nem adequado, nem desadequado	30	16,9	16,9	54,8
Adequado	54	30,5	30,5	85,3
Totalmente adequado	26	14,7	14,7	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Ciências aplicadas (ex.: educação física, ciências militares...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* lhe parece mais adequada:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente desadequado	88	49,7	49,7	49,7
Desadequado	51	28,8	28,8	78,5
Nem adequado, nem desadequado	19	10,7	10,7	89,3
Adequado	16	9,0	9,0	98,3
Totalmente adequado	3	1,7	1,7	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Arte (ex.: artes plásticas, música...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime *e-learning* lhe parece mais adequada:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente desadequado	80	45,2	45,2	45,2
Desadequado	52	29,4	29,4	74,6
Nem adequado, nem desadequado	19	10,7	10,7	85,3
Adequado	17	9,6	9,6	94,9
Totalmente adequado	9	5,1	5,1	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Da lista seguinte seleccione aqueles que considera serem os maiores entraves à implementação do *e-learning* no ensino superior em Portugal:

		Frequency	Percent	Valid Percent
Custo da licenciatura		32	18,1	18,1
Aceitação pelo mercado de emprego da licenciatura		143	80,8	80,8
Implementação do <i>software</i> necessário		63	35,6	35,6
Aceitação por parte dos professores		74	41,8	41,8
Aceitação por parte dos estudantes		57	32,2	32,2
Maturidade dos estudantes		69	39,0	39,0
Resistência à mudança		102	57,6	57,6
Estilo de aprendizagem		82	46,3	46,3
Fatores organizacionais, situacionais e institucionais		64	36,2	36,2
Adequação do conteúdo		38	21,5	21,5
Fatores pessoais ou disposicionais		29	16,4	16,4
Outros:	Ao dizer que os cursos <i>e-learning</i> não são bem aceites pelo mercado de emprego, espero bem que não sejam. Isto porque o nível de ensino, assim como a seriedade como alunos e professores encaram este regime universitário é incomparável com o regime presencial. Não é levado a sério, onde é bastante fácil para o aluno transgredir aquando da sua avaliação.	1	0,6	0,6

[Considero que o ensino superior português está preparado para leccionar os cursos que oferece em regime *e-learning*]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Discordo totalmente	33	18,6	18,6	18,6
Discordo	65	36,7	36,7	55,4
Não concordo, nem concordo	31	17,5	17,5	72,9
Concordo	36	20,3	20,3	93,2
Concordo totalmente	12	6,8	6,8	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Considero que o *e-learning* poderá ter resultados positivos na aprendizagem por parte dos alunos]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Discordo totalmente	7	4,0	4,0	4,0
Discordo	24	13,6	13,6	17,5
Não concordo, nem concordo	29	16,4	16,4	33,9
Concordo	89	50,3	50,3	84,2
Concordo totalmente	28	15,8	15,8	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Considero que o *e-learning* poderá atrair mais alunos para o ensino superior português]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Discordo totalmente	11	6,2	6,2	6,2
Discordo	26	14,7	14,7	20,9
Não concordo, nem concordo	27	15,3	15,3	36,2
Concordo	78	44,1	44,1	80,2
Concordo totalmente	35	19,8	19,8	100,0
Total	177	100,0	100,0	

[Considero que, atendendo à atual crise económica portuguesa, a implementação de cursos em regime de *e-learning* poderia ajudar a reduzir o abandono dos alunos do ensino superior]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Discordo totalmente	4	2,3	2,3	2,3
Discordo	13	7,3	7,3	9,6
Não concordo, nem concordo	29	16,4	16,4	26,0
Concordo	94	53,1	53,1	79,1
Concordo totalmente	37	20,9	20,9	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Comparativamente ao ensino presencial, qual a sua opinião sobre o *e-learning*?

		Frequency	Percent	Valid Percent
<p>Não existem diferenças entre o ensino presencial e o ensino <i>online</i></p> <p>O ensino <i>online</i> tem o mesmo rigor académico que o ensino presencial</p> <p>Os cursos <i>online</i> são pouco reconhecidos no mercado</p> <p>A tecnologia utilizada no ensino <i>online</i> é complicada</p> <p>Outro:</p>		10	5,6	5,6
		45	25,4	25,4
		149	84,2	84,2
		17	9,6	9,6
	A aprendizagem que adquirimos uns com os outros na sala de aula torna se imprescindível para uma melhor formação tanto a nível pessoal como académico	3	1,8	1,8
	A socialização não existe no ensino online	1	0,6	0,6
	credibilidade do ensino	1	0,6	0,6
	É exigido ao aluno um maior grau de andragogia e heutagogia	1	0,6	0,6
	É viável e acredito que terá grande aceitação por parte dos estudantes	1	0,6	0,6
	Há cursos que não têm o mesmo rigor através do ensino online	3	1,8	1,8

Não formam o individuo da maneira correcta.	1	0,6	0,6
O ensino online é um bom complemento ao ensino presencial	1	0,6	0,6
O Ensino Online tem elementos superiores ao Ensino Presencial - Desenvolvimento de Autonomia, da Colaboração Online etc....	1	0,6	0,6
Penso que atualmente o elearning é visto como pouco credível no mundo do trabalho.	1	0,6	0,6

Qual seria a sua motivação para frequentar um curso *online*?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Frequentar um curso <i>online</i> pode ajudar a progredir na carreira		67	37,9	37,9
Frequentar um curso <i>online</i> pode ser uma boa forma de adquirir novos conhecimentos		124	71,1	71,1
Frequentar um curso <i>online</i> pode ajudar a melhorar as minhas competências profissionais		102	57,6	57,6
Frequentar um curso <i>online</i> pode ajudar a melhorar as minhas condições económicas		64	36,2	36,2
	curso online diferente de licenciatura online	1	0,6	0,6
Outra:	mudar de profissao	1	0,6	0,6
	Não tenho motivação para uma formação exclusivamente online	2	1,2	1,2

	ser mais facil de conciliar com alguma atividade de trabalho	1	0,6	0,6
	todos os pontos anteriores	1	0,6	0,6

Qual a modalidade de ensino que prefere:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Prefiro frequentar um curso com ensino totalmente presencial	48	27,1	27,1	27,1
Prefiro frequentar um curso com ensino misto (presencial e online)	111	62,7	62,7	89,8
Prefiro frequentar um curso com ensino totalmente online	18	10,2	10,2	100,0
Total	177	100,0	100,0	

De futuro, estaria disponível a frequentar um curso em regime *e-learning*?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sim	111	62,7	62,7	62,7
Não	13	7,3	7,3	70,1
Não sei/ Não respondo	53	29,9	29,9	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Apêndice 3 – Tabelas de correlações e significância estatística

Idade * De futuro, estaria disponível a frequentar um curso em regime *e-learning*?

Crosstabulation

			De futuro, estaria disponível a frequentar um curso em regime <i>e-learning</i> ?			Total
			Sim	Não	Não sei/ Não respondo	
Idade	Menos de 23 anos	Count	18	5	15	38
		% of Total	10,2%	2,8%	8,5%	21,5%
	23 a 29 anos	Count	44	4	28	76
		% of Total	24,9%	2,3%	15,8%	42,9%
	30 a 39 anos	Count	23	2	5	30
		% of Total	12,9%	1,1%	2,8%	16,8%

	% of Total	13,0%	1,1%	2,8%	16,9%
40 a 49 anos	Count	17	2	2	21
	% of Total	9,6%	1,1%	1,1%	11,9%
50 anos ou mais	Count	9	0	3	12
	% of Total	5,1%	0,0%	1,7%	6,8%
Total	Count	111	13	53	177
	% of Total	62,7%	7,3%	29,9%	100,0%

Symmetric Measures^c

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-c	-,190	,057	-3,354	,001
Gamma	-,343	,100	-3,354	,001
N of Valid Cases	177			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Correlation statistics are available for numeric data only.

Idade * Qual a modalidade de ensino que prefere: Crosstabulation

			Qual a modalidade de ensino que prefere:			Total
			Prefiro frequentar um curso com ensino totalmente presencial	Prefiro frequentar um curso com ensino misto (presencial e online)	Prefiro frequentar um curso com ensino totalmente online	
Idade	Menos de 23 anos	Count	15	22	1	38
		% of Total	8,5%	12,4%	0,6%	21,5%
	23 a 29 anos	Count	24	51	1	76
		% of Total	13,6%	28,8%	0,6%	42,9%
	30 a 39 anos	Count	7	17	6	30
		% of Total	4,0%	9,6%	3,4%	16,9%
	40 a 49 anos	Count	0	15	6	21
		% of Total	0,0%	8,5%	3,4%	11,9%
	50 anos ou mais	Count	2	6	4	12
		% of Total	1,1%	3,4%	2,3%	6,8%
	Total	Count	48	111	18	177
		% of Total	27,1%	62,7%	10,2%	100,0%

Symmetric Measures^c

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,280	,059	4,701	,000
	Gamma	,476	,089	4,701	,000
N of Valid Cases		177			

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
c. Correlation statistics are available for numeric data only.

Idade * [Frequentar um curso online pode ajudar a progredir na carreira] Qual seria a sua motivação para frequentar um curso online?

Crosstab

			[Frequentar um curso online pode ajudar a progredir na carreira] Qual seria a sua motivação para frequentar um curso online?		Total
			Não Seleccionado	Sim	
Idade	Menos de 23 anos	Count	24	14	38
		% of Total	13,6%	7,9%	21,5%
	23 a 29 anos	Count	53	23	76
		% of Total	29,9%	13,0%	42,9%
	30 a 39 anos	Count	18	12	30
		% of Total	10,2%	6,8%	16,9%
	40 a 49 anos	Count	7	14	21
		% of Total	4,0%	7,9%	11,9%
	50 anos ou mais	Count	8	4	12
		% of Total	4,5%	2,3%	6,8%
Total	Count		110	67	177
	% of Total		62,1%	37,9%	100,0%

Symmetric Measures^c

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,122	,082	1,495	,135
	Gamma	,175	,116	1,495	,135
N of Valid Cases		177			

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
c. Correlation statistics are available for numeric data only.

Idade * [Frequentar um curso online pode ser uma boa forma de adquirir novos conhecimentos] Qual seria a sua motivação para frequentar um curso online?

Crosstab

			[Frequentar um curso online pode ser uma boa forma de adquirir novos conhecimentos] Qual seria a sua motivação para frequentar um curso online?		Total
			Não Seleccionado	Sim	
Idade	Menos de 23 anos	Count	12	26	38
		% of Total	6,8%	14,7%	21,5%
	23 a 29 anos	Count	20	56	76
		% of Total	11,3%	31,6%	42,9%
	30 a 39 anos	Count	9	21	30
		% of Total	5,1%	11,9%	16,9%
	40 a 49 anos	Count	5	16	21
		% of Total	2,8%	9,0%	11,9%
	50 anos ou mais	Count	7	5	12
		% of Total	4,0%	2,8%	6,8%
	Total	Count	53	124	177
		% of Total	29,9%	70,1%	100,0%

Symmetric Measures^c

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,048	,079	-,607	,544
	Gamma	-,078	,127	-,607	,544
N of Valid Cases		177			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Correlation statistics are available for numeric data only.

Idade * [Frequentar um curso online pode ajudar a melhorar as minhas competências profissionais] Qual seria a sua motivação para frequentar um curso online?

Crosstab

			[Frequentar um curso online pode ajudar a melhorar as minhas competências profissionais] Qual seria a sua motivação para frequentar um curso online?		Total
			Não Seleccionado	Sim	
Idade	Menos de 23 anos	Count	18	20	38
		% of Total	10,2%	11,3%	21,5%
	23 a 29 anos	Count	38	38	76
		% of Total	21,5%	21,5%	42,9%
	30 a 39 anos	Count	13	17	30
		% of Total	7,3%	9,6%	16,9%
	40 a 49 anos	Count	4	17	21
		% of Total	2,3%	9,6%	11,9%
	50 anos ou mais	Count	2	10	12
		% of Total	1,1%	5,6%	6,8%
	Total	Count	75	102	177
		% of Total	42,4%	57,6%	100,0%

Symmetric Measures^c

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,197	,078	2,524	,012
	Gamma	,278	,108	2,524	,012
N of Valid Cases		177			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Correlation statistics are available for numeric data only.

Idade * [Frequentar um curso online pode ajudar a melhorar as minhas condições económicas] Qual seria a sua motivação para frequentar um curso online?

Crosstab

			[Frequentar um curso online pode ajudar a melhorar as minhas condições económicas] Qual seria a sua motivação para frequentar um curso online?		Total
			Não Seleccionado	Sim	
Idade	Menos de 23 anos	Count	23	15	38
		% of Total	13,0%	8,5%	21,5%
	23 a 29 anos	Count	43	33	76
		% of Total	24,3%	18,6%	42,9%
	30 a 39 anos	Count	25	5	30
		% of Total	14,1%	2,8%	16,9%
	40 a 49 anos	Count	14	7	21
		% of Total	7,9%	4,0%	11,9%
	50 anos ou mais	Count	8	4	12
		% of Total	4,5%	2,3%	6,8%
	Total	Count	113	64	177
		% of Total	63,8%	36,2%	100,0%

Symmetric Measures^c

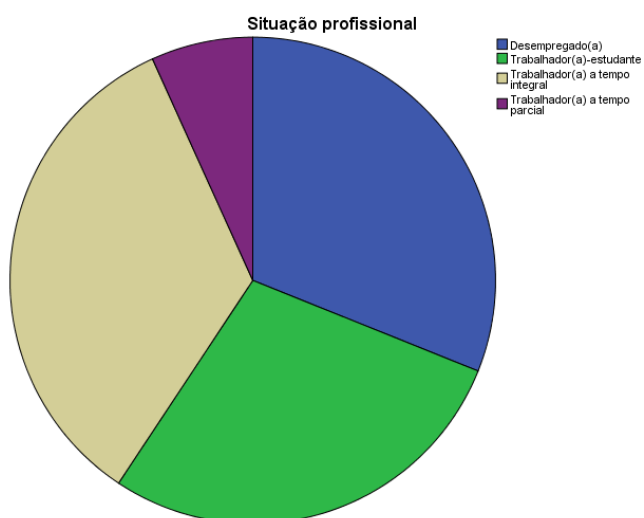
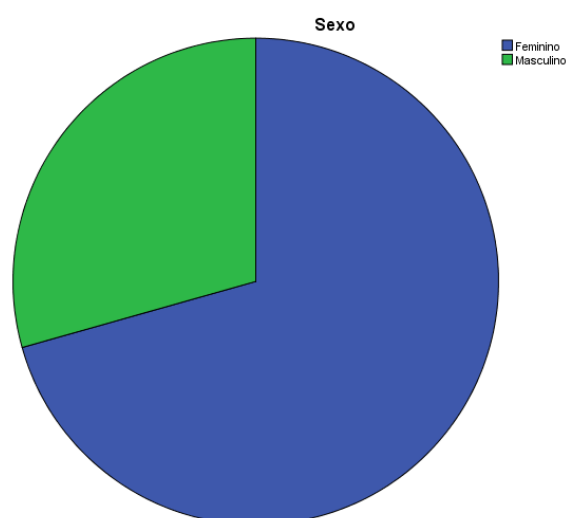
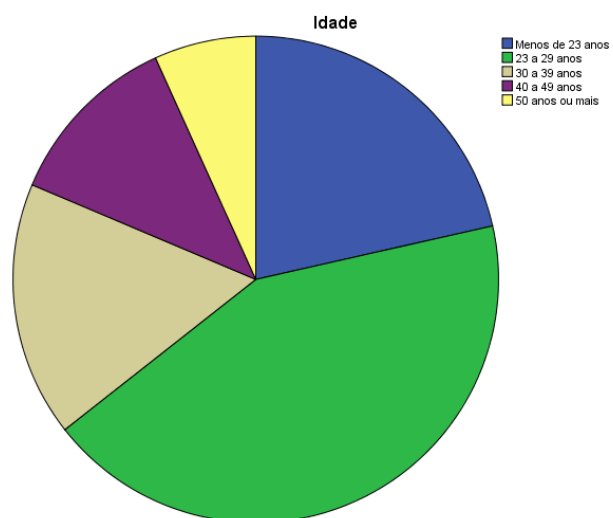
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,118	,078	-1,503	,133
	Gamma	-,177	,117	-1,503	,133
N of Valid Cases		177			

a. Not assuming the null hypothesis.

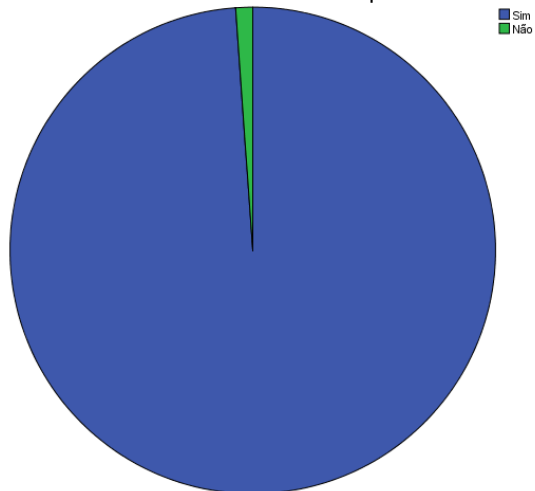
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Correlation statistics are available for numeric data only.

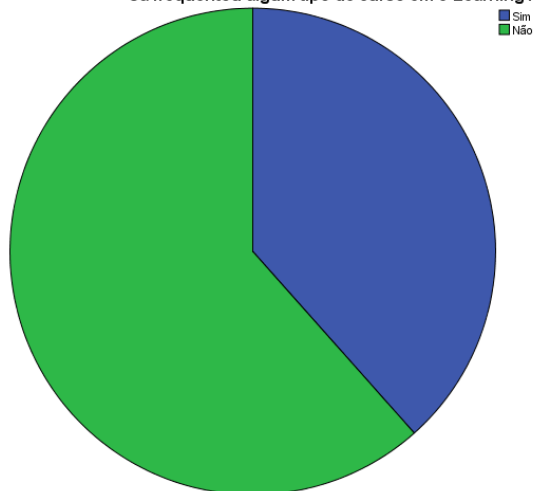
Apêndice 4 – Gráficos de percentagens relativas às tabelas de frequências



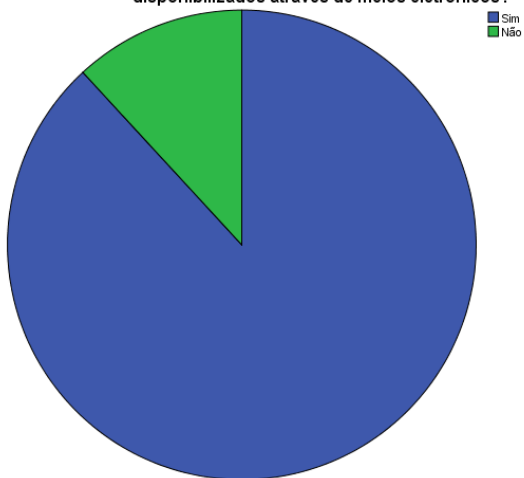
Tem acesso à Internet a partir de casa?



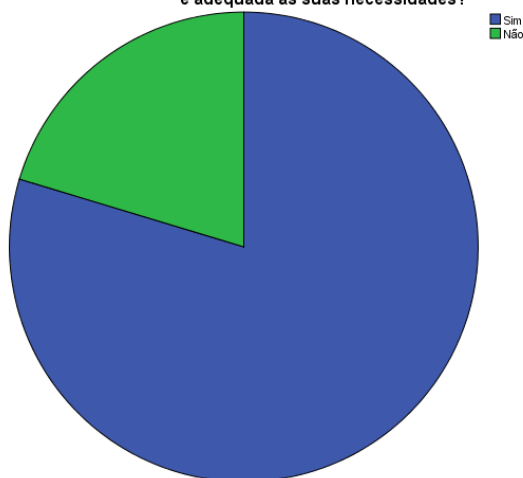
Já frequentou algum tipo de curso em e-Learning?



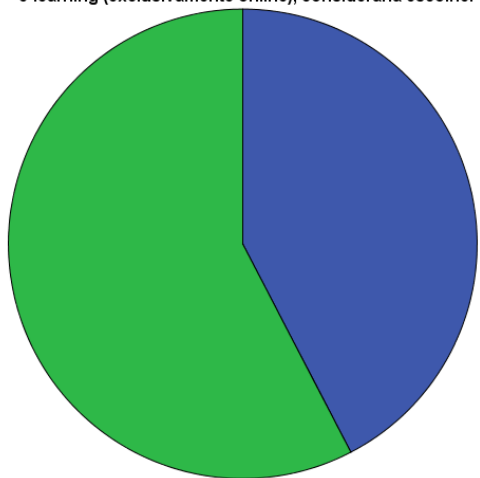
No decorrer da sua licenciatura teve/tem acesso a apoio letivo e conteúdos disponibilizados através de meios eletrónicos?



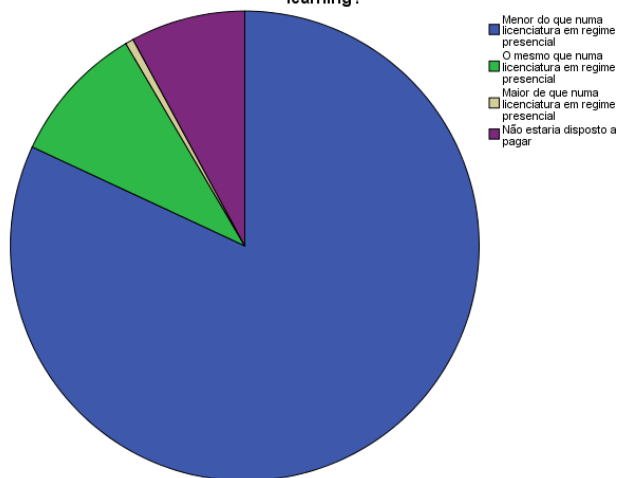
Considera que a forma como os seus professores disponibilizam os conteúdos é adequada às suas necessidades?



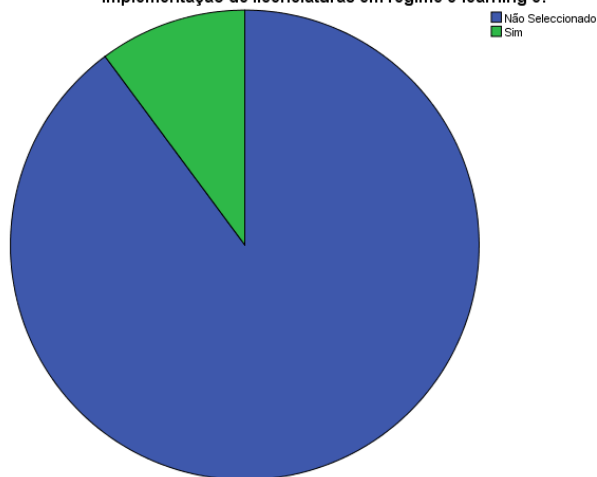
Caso a licenciatura que frequenta/frequentou estivesse disponível em regime de e-learning (exclusivamente online), consideraria escolher essa modalidade?



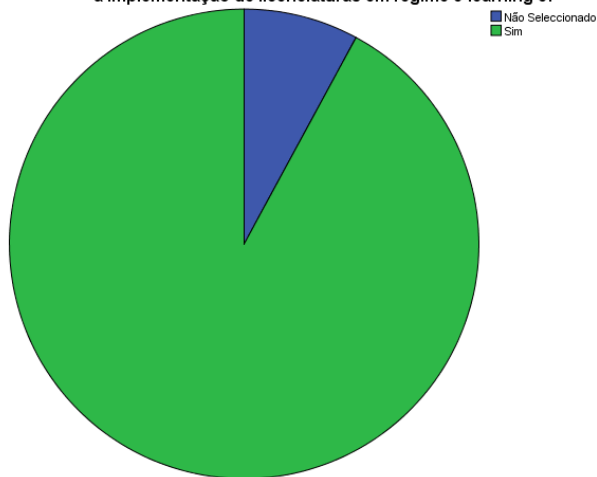
Qual o custo que considera aceitável para uma licenciatura em regime e-learning?



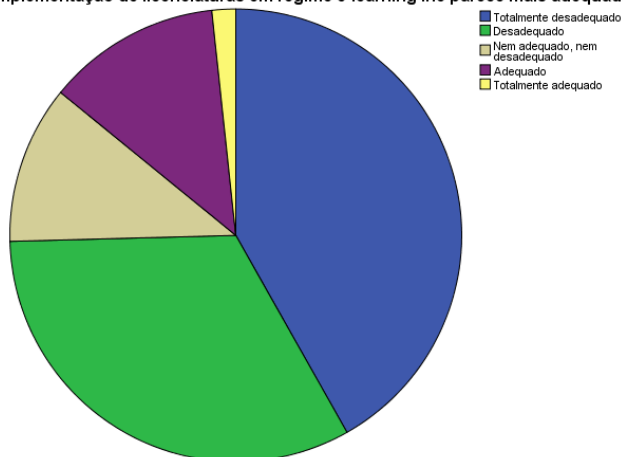
[Adequada a todas as áreas científicas/de conhecimento] Considera que a implementação de licenciaturas em regime e-learning é:



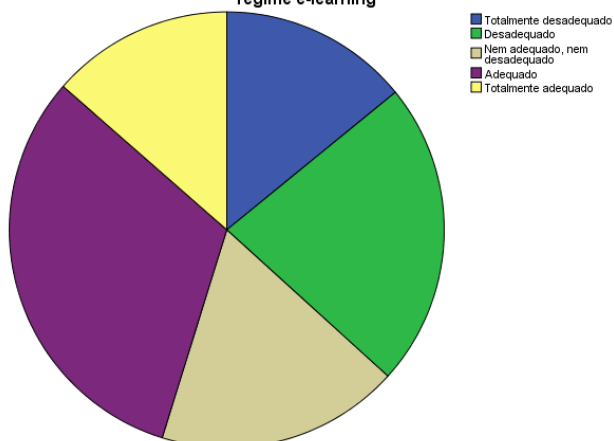
[Adequada a apenas algumas áreas científicas/de conhecimento] Considera que a implementação de licenciaturas em regime e-learning é:



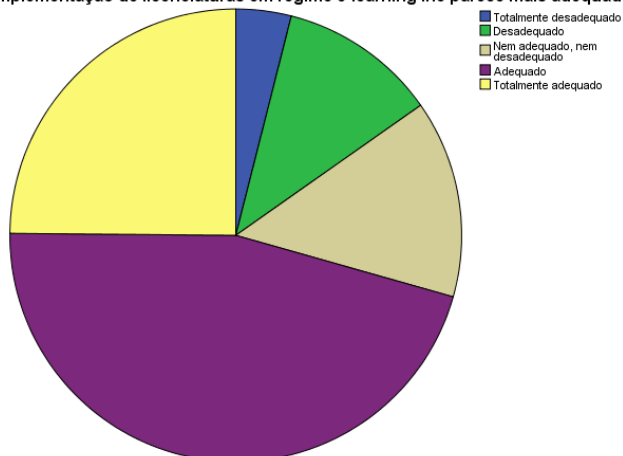
[Ciências naturais (ex.: biologia, química, física saúde...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning lhe parece mais adequado:



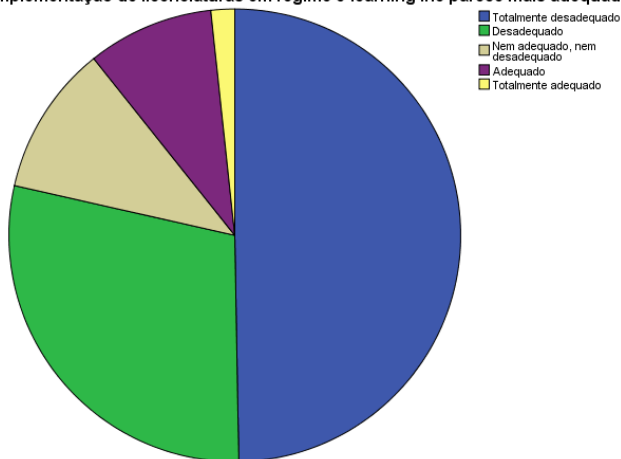
[Matemática e ciências de computação (ex.: matemática, programação, robótica, engenharia de software...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning



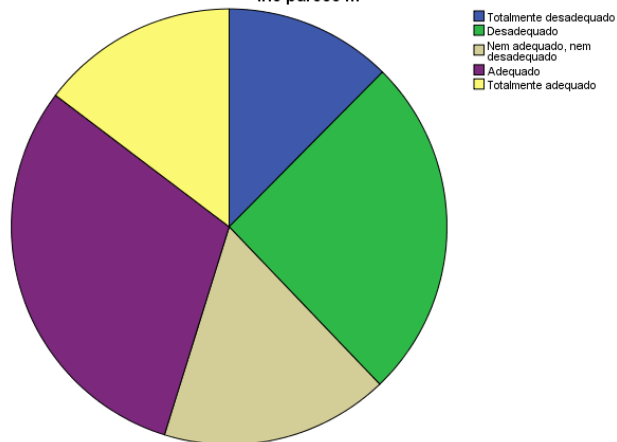
[Ciências sociais (ex.: história, antropologia, comunicações...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning lhe parece mais adequado:



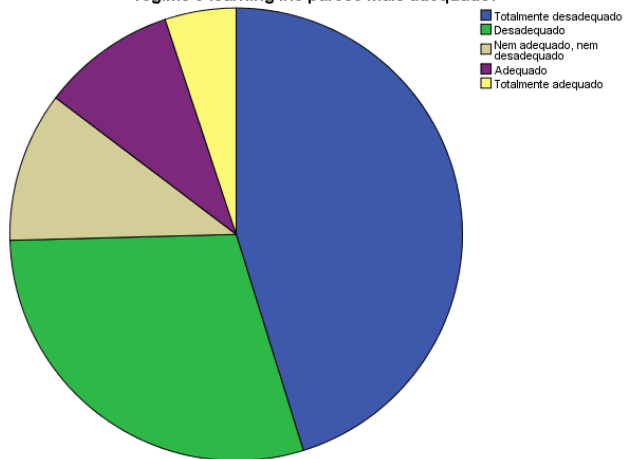
[Ciências aplicadas (ex.: educação física, ciências militares...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning lhe parece mais adequado:



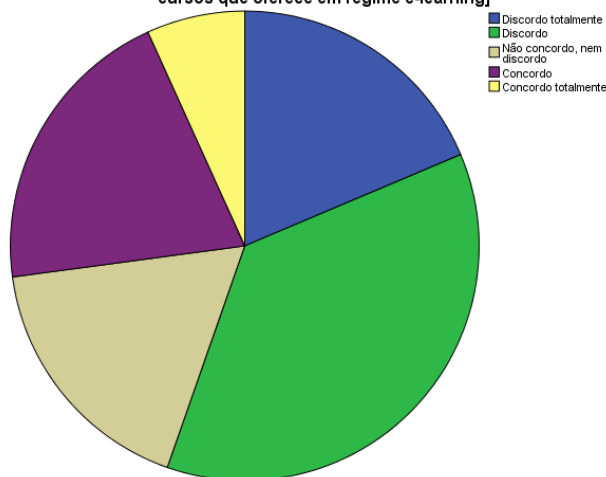
[Ciências sociais aplicadas (ex.: economia, gestão, direito, ciências contábeis, arquitetura...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning lhe parece m



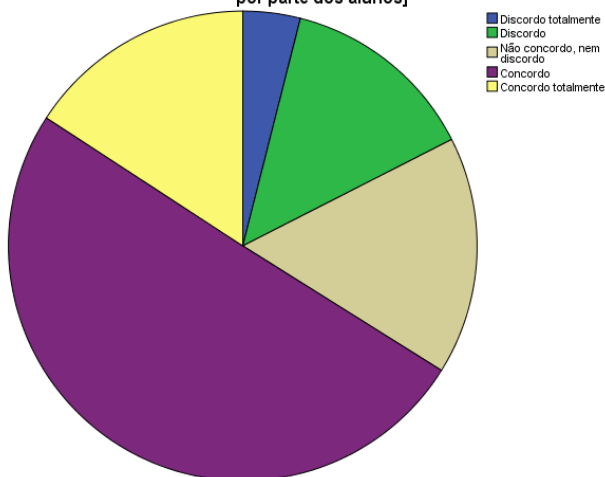
[Arte (ex.: artes plásticas, música...)] Na grelha abaixo indique quais são as áreas científicas/de conhecimento nas quais a implementação de licenciaturas em regime e-learning lhe parece mais adequado:



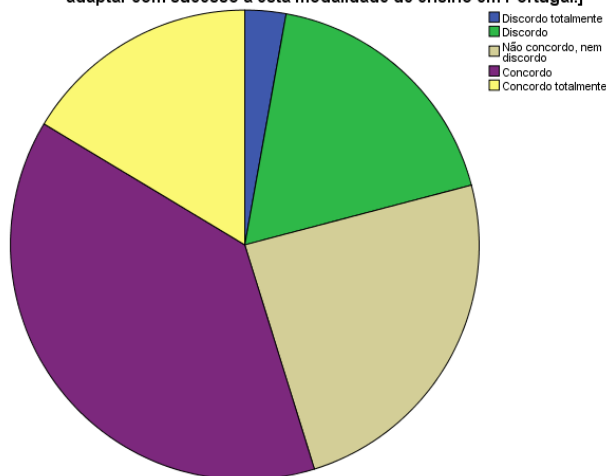
[Considero que o ensino superior português está preparado para leccionar os cursos que oferece em regime e-learning]



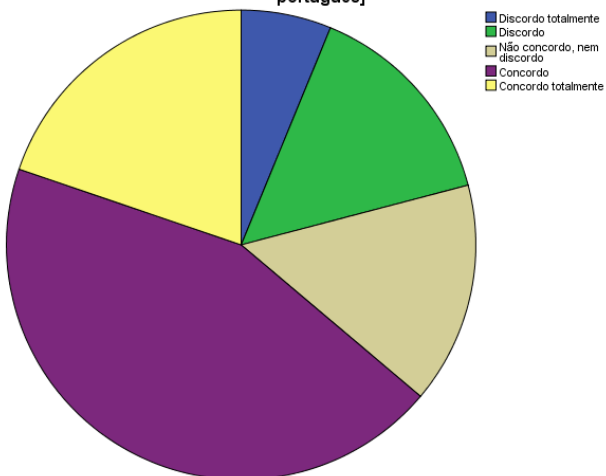
[Considero que o e-learning poderá ter resultados positivos na aprendizagem por parte dos alunos]



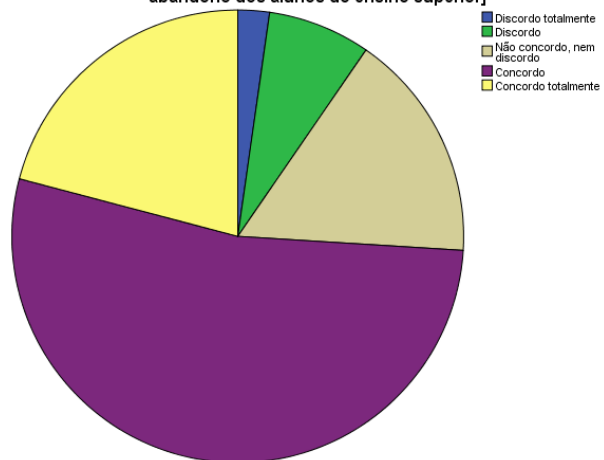
[Considero que é expectável que tanto alunos como professores se venham a adaptar com sucesso a esta modalidade de ensino em Portugal.]



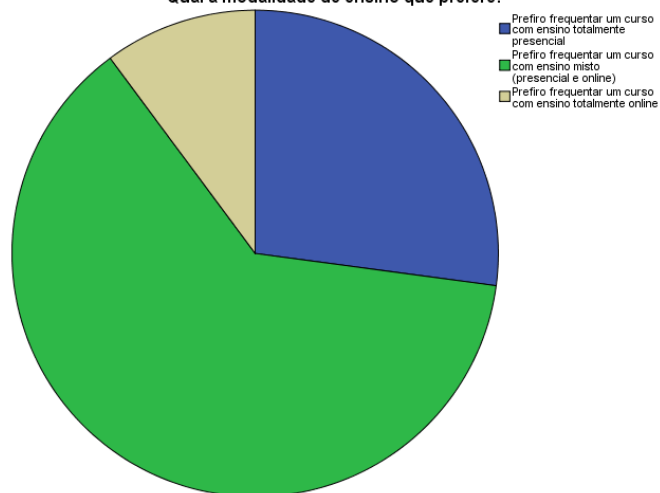
[Considero que o e-learning poderá atrair mais alunos para o ensino superior português]



[Considero que, atendendo à atual crise económica portuguesa, a implementação de cursos em regime de e-learning poderia ajudar a reduzir o abandono dos alunos do ensino superior]



Qual a modalidade de ensino que prefere:



De futuro, estaria disponível a frequentar um curso em regime e-learning?

